جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام السياسي

لدى الطلبة الجامعيين (الفايسبوك أنموذجا)

دراسة استطلاعية لعينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال_ جامعة المدية

مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي تخصص سمعي بصري

من إعداد:

- أوقريد محمد أيمن
- كيحلي محمد أمين

إشراف الدكتور:

معياش ايدير

2021/2020

الشكر و عرفان

قال الله تعالى : "رب أوزعني أن اشكر نعمتك التي أنعمت علي و على والدي و ان اعمل صالحا ترضاه و أدخلني برحمتك في عبادك الصالحين "

قال رسول الله صلى الله عليه و سلم : " من لم يشكر الناس لا يشكر الله "

الحمد الله على إحسانه و الشكر له على توفيقه و امتنانه، و نشهد أن لا اله إلا الله وحده لا شريك له و نشهد أنا نبينا محمد عبده و رسوله.بعد توفيق من الله سبحانه عز و جل لإتمام هذه المذكرة أتقدم بجزيل الشكر إلى الوالدين العزيزين الذين أعانوني و شجعوني على الاستمرار في مسيرة العلم و النجاح و إكمال الدراسة الجامعية ، كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى من شرفني إشرافه على مذكرة بحثي **الدكتور معياش ايدير** و لتوجيهاته العلمية و الإرشاد و التوجيه طيلة فترة الدراسة التي لا تقدر بثمن و التي ساهمت بشكل كبير في إتمام و استكمال هذه الدراسة .

الإهداء

اهدي ثمرة تخرجي إلى اللذين قال الله فيهما و قضى ربك ألا تعبد إلا إياه و بالوالدين إحسانا إما يبلغن عندك الكبر أحداهما أو كلاهما.

إلى أبي نور دربي و رفيقي في مسيرتي إلى إخواتي و كل عائلتي حفظكم الله و أدامكم معي ...

إلى روح أمي الطاهرة تتسابق الكلمات و تتزاحم العبارات لتنظم عقد الشكر الذي تستحقينه أنت أمي لولا تعبك و جهدك و حبك يا من بذلتي و لم تنتظري العطاء لولا روحك التي تحوم علي لما واصلت مسيرتي ...

فدورك في حياتك و مماتك كان واحدا فأنت المصباح الذي ينير حياتي والدتي التي تمنيت اليوم كثيرا أن تراني أتخرج و أرى الفخر و الفرح فعينيك...

أمي ها أنا اليوم أحقق حلمي و حلمك فاختلطت دموع فرحتي بتخرجي و حزني على فراقك فيا رب اجعلها في الفردوس الأعلى عدد ما نبض شوقي إليها.

مُحَمَّد أيمن أوقريد

الإهداء

الحمد الله كثيرا على إعانته لنا من اجل انجاز هذه المذكرة

اهدي هذه المذكرة إلى والدي العزيزان اللذان وهباني كل ما يملكون لمواصلة مساري الدراسي ...

إلى أخواتي...

و إلى كل من مد لي يد العون إلى إتمام هذا العمل

أشكركم على مواقفكم النبيلة معي لكي أصل إلى النجاح و أحقق حلمي

كيحلي مُحَمَّد أمين

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور موقع الفيسبوك في تشكيل الرأي العام السياسي لدى الطلبة الجامعيين ، واهم قضايا الرأي العام السياسي التي تشغل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لجامعة يحيى فارس بالمدية ، ولتبيين مدى اعتمادهم على موقع الفيسبوك كمصدر لتشكيل الرأي السياسي وجاءت الدراسة كالأتي : الإطار المنهجي ،الفصل الأول : ماهية مواقع الاتصال الاجتماعي ، الفصل الثاني : ماهية الرأي العام ، الفصل الثالث : أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية العامة . وقد توصلت الدراسة غلى مجموعة من النتائج أن أغلب المبحوثين يفضلون استخدام موقع الفايسبوك لمدة أكثر من ثلاث سعات يوميا وأغلب القضايا التي تهمهم هي القضايا السياسية كما برز تأثير موقع الفايسبوك على الرأي العام السياسي لدى الطلبة الجامعيين .

Study summary

This study aims to identify the role of **Facebook** 0in shaping the political public opinion of university students, and the most important issues of political public opinion that occupy the students of the Department of Media and .Communication Sciences at **Yahya Fares University in Medea**, and to show the extent of their dependence on Facebook as a source for the formation of political opinion.The study is as follows: the methodological framework, chapter one: what it is like the reality of social communication, chapter two: what is public opinion, chapter three: the impact of social networking sites on public political life. The study found a set of results that most of the respondents prefer to use Facebook for more than three hours a day, and most of the issues that concern them are political issues, and the impact of Facebook on the political public opinion of university students has emerged.

خطة الدراسة

الإطار المنهجي

الإشكالية

التساؤلات

أهداف الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

أهمية الدراسة

نوع الدراسة و منهجها

أداة البحث

مجتمع البحث وعينته

الدراسات السابقة

تحديد مصطلحات البحث

الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

لمحة تاريخية عن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي

عوامل ظهور وسائط الاتصال الجديدة

نماذج مواقع التواصل الاجتماعي

مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الثاني: ماهية الرأي العام

تمهيد

نشأة وتعريف الرأي العام

مفهوم الرأي العام

مكونات الرأي العام

خصائص الرأي العام

الفصل الثالث: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية العامة

أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية العامة

أثر مميزات مواقع التواصل الاجتماعي الداعمة للنشاط السياسي

دور وسائط الاتصال الجديدة في تكوين الرأي السياسي في العالم العربي

نماذج عن استخدام وسائط الاتصال الجديدة في تكوين الرأي العام السياسي في العالم العربي

الإطار التطبيقي

التحليل الكمي والكيفي للنتائج

المحور الأول: البيانات الشخصية

المحور الثاني: دوافع وعادات استخدام الفيسبوك

المحور الثالث: مدى تأثير الفايسبوك على تكوين رأي العام السياسي لدى طلبة جامعة يحي فارس

مقدمة

مقدمة :

طرحت تكنولوجيات الإعلام والاتصال مفاهيم ومداخل جديدة لم تكن موجودة سلفا، لعل أهمها أننا نعيش في عصر ديمقراطية الانترنت Democracy Internet ، من خلال تقديم إمكانات وقدرات جديدة للجمهور تساعده في إنتاج واكتساب المعلومات وتداولها، وتسجيل الآراء، علاوة على المشاركة المباشرة في صيغ السياسة العامة وهو ما دفع العديد من المنظمات والأفراد إلى تبني هذا البديل الجديد من وسائل الاتصال في عملية نشر المعلومات وتداولها في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية كافة.

فالانترنت بوجه عام ومواقعها الاجتماعية بوجه خاص جاءت لكي تشكل عالما افتراضيا جديد يفتح بابا واسعا على مصراعيه للأفراد والجماعات والتنظيمات بمختلف أنواعها لتتنفس نسمات حرية غير مسبوقة من جانب و إسماع صوتها للآخرين من جانب آخر، وذلك عبر عدد من الواقع الإخبارية والمنتديات والقوائم البريدية والمواقع الشخصية .

وقد قامت شبكات التواصل الاجتماعي ولا تزال بدور فعال في إمداد الأفراد بكثير من المعلومات والمواقف والاتجاهات، مساهمة بذلك في تشكيل وعيه وبإعداده ليكون أكثر قدرة على التأثير في الآخرين واستمالتهم، كما استطاعت هذه الشبكات أن تلعب دورا هاما في تشكيل الرأي العام وتحريك الشعوب، وأن استعمالها تناغم مع الوسائل الحديثة، والتقرب من شريحة واسعة من الشباب التي تستخدم هذه المواقع، واستثمار قدرات وطاقات الشباب إيجابيًا بانخراط أوسع في القضايا الملتهبة، فقد أتاحت هذه الشبكات مجالات أوسع للحرية أكثر من الإعلام التقليدي المكفول بالنظم والقوانين، وأصبح العالم يتحدث عن دور هذه الشبكات بوجه عام وفي سبوك بوجه خاص لما يوفره من خدمات لعل أبرزها صناعة كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريده المستخدم من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم، إلى جانب حلقة

لفضاء وساحة للنقاش والحوار، فبعد إن كان وسيلة اجتماعية للتواصل بين الناس، أدرك الشباب أهميته فحولوه إلى وسيلة للتواصل السياسي فأصبح أداة سياسية للتغيير، ونشر الوعي بالحقوق والواجبات في أوساط الشباب .

لذلك سوف نتطرق في دراستنا هذه إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين لجامعة يحيى فارس ، محاولين معرفة طبيعة هذا الدور والكشف عن واقع مشاركة الطلبة الجامعيين فيما يخص القضايا السياسية.

الاطار المنهجي

1-الإشكالية.

2-التساؤلات.

3- أهداف الدراسة.

4-أسباب اختيار الموضوع.

5- أهمية الدراسة.

6- نوع الدراسة و منهجها.

7- حدود الدراسة.

8- الدراسات السابقة.

9- مصطلحات الدراسة.

1. الإشكالية :

في ضوء التطورات التقنية الراهنة والانتشار الواسع لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال برز ما سمي بالإعلام الجديد في شتى المجالات ، و قد تشكل هذا التطور عبر حقب زمنية متعاقبة على امتداد التاريخ والانتشار الواسع لشبكات الانترنت و ما تلاها، كان لها اثر بالغ في ظهور شبكات إعلامية جديدة متعددة الأغراض و الأساليب غطت عوالم الاتصال المرئي و المسموع و المقروء ما جعل هذه الاخيرة تشارك الجمهور المتلقي مختلف الأحداث و آخر المستجدات مما فتح بابا واسعا لتجسيد مفهوم القرية الكونية

وتعتبر الانترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجليا والتي نجحت في إحداث ثورة في الاتصال بين البشر من خلال ما أتاحته من تطبيقات مختلفة من مدونات، صحافة إلكترونية... إلى جانب فضائات ديمقراطية تفاعلية للنقاش وتبادل الآراء وإتاحة فرصة لإقامة العلاقات المباشرة بين الأفراد بصورة آنية تفاعلية، هذا الأمر الذي يظهر بشكل واضح وجلي في شبكات التواصل الاجتماعي، التي عززت من قيمة التفاعل التي جاء به الانترنت، ومن أشهر هده المواقع نجد الفيسبوك لما يملكه من خصائص تميزه عن المواقع الالكترونية الأخرى حيث أتاح لهم فرصة إبداء أرائهم في مختلف القضايا منها السياسية و التي تهتم بها دراستنا , و أعطى لهم الفرصة للحرية في التعبير , فأصبح الطالب الجامعي قادر على بناء و تشكيل و تلقي معارف سياسية من خلال المعلومات المتداولة فيها و من هنا جاءت هذه الدراسة الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي :

إلى أي مدى تساهم موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك " في تكوين الرأي العام السياسي ؟

2. التساؤلات :

1- ماهي دوافع وعادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة يحيى فارس ؟

2- ماهي أنماط استخدام طلبة جامعة يحيى فارس لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

3- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعة يحيى فارس؟

4- ما مدى تأثير الفايسبوك في تكوين الرأي السياسي لدى طلبة جامعة يحيى فارس

3. أهداف الدراسة:

إن أي باحث لا يقوم بدراسة موضوع ما دون الرغبة في الوصول إلى تحقيق أهداف معينة من خلال تلك الدراسة فتسعى هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي يقوم به موقع الفايسبوك في نشر الوعي السياسي للطلبة الجامعيين كهدف رئيسي لهذه الدراسة كما تهدف إلى تحقيق الأهداف الفرعية التالية :

1 -التعرف على عادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك من قبل طلبة جامعة يحيى فارس

2 -معرفة الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الطلبة جامعة يحيى فارس لموقع الفيسبوك

3 -الكشف عن مدى مشاركة الفيسبوك في تكوين الرأي السياسي لدى طلبة جامعة يحيى فارس

4 -البحث في لآثار المترتبة على استخدام الفايسبوك من قبل طلبة الجامعة وتأثيرها على الرأي العام السياسي .

4. أسباب اختيار الموضوع :

أسباب الذاتية:

– إن اختيارنا لهذا الموضوع كان بدافع اقتناعنا الشخصي بالفائدة التي سنتلقاها من خلال دراستنا له, و كذلك اعتبار الموضوع ضمن حدود إمكانياتنا المادية و المعرفية

– محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد

– اهتمامنا بكل ما يتعلق بالتكنولوجيا والاتصالات والانترنت

أسباب موضوعية :

– الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إقبال الطلبة على استخدامها .

–اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مورد إعلامي واتصالي أساسي للطالب الجامعي.

–التعرف على دور مواقع التواصل لاجتماعي في توعية وتعزيز الوعي السياسي.

5. أهمية الدراسة :

تنبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة من كونها تدرس ظاهرة من أهم الظواهر الإعلامية المعاصرة ، حيث استطاع هذا الإعلام البديل تغيير العديد من المفاهيم في المجتمع وأمام الايجابيات للافتة التي يقدمها بات موضوع تأثريها على مختلف مناحي الحياة واضحا لاسيما على مستخدميها بدرجة عالية، بالإضافة إلى ما تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي من فر ص متنامية للحوار الديمقراطي الحر حول القضايا السياسية ،إذا يمكن للمشاركين إنشاء منتديات جديدة للحوار يطرحون فيها ما يشاءون من أفكار واتجاهات وآراء بتكاليف زهيدة ،كما يمكنهم التعبير من رؤيتهم من خلال المشاركة في المنتديات المختلفة على شبكة الانترنت

6. نوع الدراسة و منهجها :

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من إتباع خطوات فكرية منظمة و عقلانية هادفة إلى بلوغ النتائج و ذلك بإتباع منهج معين يتناسب مع طبيعة الدراسة التي سنتطرق إليها

وبما أن دراستنا هذه تهدف إلى التعرف على الدور الذي ستلعبه الشبكات الاجتماعية في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، فإنها دراسة وصفية تندرج ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة [1]، ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث والوقائع، بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة والبحوث الوصفية لا تقف عند حدود وصف الظاهرة ، وإنما تذهب إلى أبعد من ذلك فتحلل وتفسر وتقارن وتقيم بقصد الوصول إلى تقييمات ذات معنى بقصد التبصر بتلك الظاهرة

ويعرف المنهج [2]بأنه: تلك الطريقة التي يستخدمها الباحث من أجل الوصول إلى النتيجة المرغوب فيها.

والمنهج الملائم لهذا النوع من الدراسات هو المنهج المسحي الذي يعرف بأنه [3]:استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر أخرى

[1] مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبويك، مناهج البحث العلمي وتطبيقاته في الإعلام والعلوم السياسية، دط، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007 ،ص 95

[2] إسماعيل شعباني، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية ط. 1 ،المعهد الوطني للتجارة، الجزائر، 2005 ،ص 93

[3] رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي ط. 1 ،دار دجلة، عمان، 2008 ،ص 3.97

إن المنهج المسحي يساعدنا في دراستنا من خلال إسهامه في تقديم المعلومات حول ظاهرة الوعي السياسي وتشخيصه ودراسة الظروف المحيطة به، وكذا تقديم تفسير للدور الذي ستقوم به شبكات التواصل الاجتماعي تجاه هذا الوعي ومن ثم الوصول إلى استنتاجات.

7. أداة البحث:

هي الوسيلة التي يستخدمها الباحث لجميع البيانات اللازمة في موضوع البحث السابق ووضحنا في العنصر السابق أننا اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي و الذي يعتمد على تقنية الاستمارة لذلك استعملنا هذه الأخيرة كتقنية لجمع المعلومات من الميدان إذ نرى أن هذه الوسيلة تصلح لقياس ظاهرتنا.

و من اجل معرفة رأي الطلبة حول موضوع الدراسة يستدعي منا الأمر استجواب العينة و هذا بفضل نموذج من الأسئلة المسمى بالاستمارة

و الاستبيان أو الاستمارة هو عبارة عن أداة لجمع المعلومات و البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق الاستمارة تجري تعبئتها من قبل المستجيب.

و يعرف كذالك الاستبيان على انه قائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث من اجل [1] الحصول على إجابات تتضمن المعلومات البيانات المطلوبة.

و لقد تم تصميم الاستمارة لتحقيق أهداف الدراسة من خلال جمع اللازمة لذلك , حيث قمنا بإجراء عدد من المقابلات مع عدد من طلبة جامعة يحيى فارس قسم السمعي بصري و طرح عدة أسئلة التي

[1] غرابيبة فوزي وآخرون، أساليب البحث العلمي في لعلوم االجتماعية واإلنسانية، ألاردن، 2002 ،ص 7

ترتبط بموضوع الدراسة , في محاولة من الباحث لفهم أعمق لمدى إدراك الطلبة الجامعيين و مدى وعيهم .

تتكون استمارة الاستبيان من ثلاثة محاور أساسية, إضافة إلى محور خاص متعلق بالبيانات الشخصية , و تتوزع محاور الدراسة على النحو التالي :

1 -البيانات الشخصية

2 -دوافع وعادات استخدام الفيسبوك

3 -مدى تأثير الفيسبوك على تكوين الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة يحيى فارس

وهذا كله بعد أن قمنا بإعداد استمارة أولية مكونة من 16 عشر سؤالا

8. مجتمع البحث وعينته:

لعل من أهم المشاكل التي يواجهها الباحث في دراسته هي اختيار العينة للبحث العلمي , حيث ان هذه الأخيرة لها جانب كبير من الأهمية الآن عليها تتوقف أمور كثيرة, إذ تتوقف كل نتائج البحث [1]

يعتبر أحمد بن مرسلي مجتمع البحث بأنه ": مجموع غير محدود من المفردات وهو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث[2]

أما محمد عبد الحميد فيرى مجتمع البحث بأنه: الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة على كل مفرداته[3]

[1] مروان عبد المجيدابراهيم, اسس البحث العلمي لأعداد رسالة جامعية ,مؤسسة الوراق 2000,ص 157

[2] أحمد بن مرسلي، منهجية البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2005 ، ص166.

[3] .محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 130

هناك عدد كبير من الباحثين مثل موريس أنجرس يرى أن مرحلة تحديد مجتمع البحث التي سيتم من خلالها اختيار العينات هي مرحلة مهمة في عناصر البحث، لذلك ينبغي أن نحدد المجتمع الذي يستهدفه الباحث[1]

9. الدراسات السابقة :

من المهم جدا لاي باحث أن يطلع على البحوث التي سبقت بحثه و ذلك يجنبه التكرار و يمكنه تفادي أخطاء الآخرين ، و قد يسمح له ذلك بفهم موضوع بحثه أكثر و اختيار الطرق و الإجراءات المنهجية الملائمة لدراسته ، فحاولنا قدر الإمكان الحصول على دراسات سابقة و مشابهة لهذه الدراسة و أسفر جهدنا على الحصول عن الدراسات التالية:

الدراسة الأولى :

- **جاءت الدراسة تحت عنوان "اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية"**

- تحت إشراف الأستاذ الدكتور عبد الستار قاسم ،قدمت هذه الأطروحة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التخطيط و التنمية و السياسة بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس ،فلسطين 2015- 09-17

-عالج الباحث الإشكالية التالية :ما مدى الأثر الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى شريحة طلبة جامعة النجاح الوطنية ؟ و حدد مجموعة من التساؤلات تمثلت في:

[1] أحمد بن مرسلي ، مرجع سابق ، ص 166

1- ما مستوى الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية ؟

2- هو حجم تعرض طلبة جامعة النجاح الوطنية لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

3- ما هي ابرز مظاهر تحول مواقع التواصل الاجتماعي من طابع اجتماعي بحت الى مواقع ذات طابع سياسي لطلبة جامعة النجاح الوطنية ؟

4 - ما هو محتوى الثقافي التي تبثه مواقع التواصل الاجتماعي باتجاه طلبة جامعة النجاح الوطنية ؟

5- ما هو حجم اعتماد طلبة جامعة النجاح الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومة السياسية.

- وللإجابة عن هذه التساؤلات اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي منهجا للدراسة، شمل مجتمع البحث جميع طلبة جامعة النجاح الوطنية و قد بلغ عددهم (19000) طالبا و طالبة، كما اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان كوسيلة للبحث حيث اختار الباحث عينة طبقية عشوائية بلغت 235 من الطالب لجميع التخصصات - . تلخصت ابرز نتائج الدراسة التي توصل إليها الباحث كما يلي:

أظهرت هذه الدراسة الأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى شريحة طلبة جامعة النجاح الوطنية ، إذ تلعب دورا هاما في حياة الطالب الجامعي سواء في حياته العامة او حياته الدراسية حيث ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي و الاجتماعي و تدعيم القيم السياسية و المشاركة السياسية و توعية الناس بما يدور حولهم من إحداث و مواقف على المستوى الداخلي و الخارجي الفلسطيني المتعلق بالقضية الفلسطينية من خلال إطلاق الحملات و الإحداث الذي تناولت هذه القضية و حملت الهم الفلسطيني.

الدراسة الثانية :

- جاءت الدراسة تحت عنوان " دور وسائل الإعلام العمانية الجماهيرية في التنشئة السياسية " دراسة استطلاعية في اتجاهات الجمهور

عالج الباحث الإشكالية التالية: معرفة اتجاهات الجمهور العماني لدور وسائل الاعالم العمانية الجماهيرية في عملية التنشئة السياسية ؟ و للإجابة عنها حدد مجموعة من التساؤلات تمثلت في:

1 – ماهي المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة ؟

2– ما هي الأدوار التي تمارسها المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة ؟

3– ما هي مظاهر المشاركة في عملية التنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة ؟ 4 – ماهي اتجاهات عينة الدراسة حول دور وسائل الاعلام في عملية التنشئة السياسية ؟ 5 – ماهي الوسائل الإعلامية الأكثر تأثيرا في عملية التنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة

- للإجابة عن هذه التساؤلات قام الباحث بتصميم استمارة بيان تم تطبيقها غلى عينة قوامها 300 مفردة تم توزيع إفرادها على ستة فئات هي : الهيئة الاكادمية ،أعضاء مجلس عمان ،فئة من العاملين في المجال الإعلامي ،فئة من الإداريين في القطاعين العام و الخاص ، فئة القيادات السياسية و العسكرية و فئة من طالب الجامعة – . تلخصت ابرز نتائج الدراسة التي توصل اليها الباحث كما يلي:

- أظهرت هذه الدراسة الاستطلاعية ان وسائل الإعلام تربعت على صدارة المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية و ربما يكون السبب في ذلك مقدرتها على التأثير و تشكيل الاتجاهات السياسية

بسبب طبيعتها الجماهيرية و تنوع مضامينها ، كما تشير النتائج إلى تكوين الاتجاهات الفكرية و السياسية يمثل الدور الأول للمؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية إما من حيث مظاهر

ممارسة التنشئة السياسية فيستنتج من النتائج ان الانتخابات تصدرت ترتيب هذه المظاهر ربما بسبب اهتمام المواطنين بالعملية السياسية و المشاركة في الانتخابات ، و أوضحت النتائج وجود اختلاف من حيث اتجاهات عينة الدراسة حول وجود دور الإعلام العماني الجماهيري في التنشئة السياسية.

الدراسة الثالثة :

- جاءت هذه الدراسة تحت عنوان " الأحزاب السياسية و الإعلام الجديد " دراسة ميدانية

- عالجت الباحثة الإشكالية التالية :كيف توظف الأحزاب السياسية الإعلام الجديد في التأثير على الشباب ؟ اندرج تحت هذا السؤال سؤالين فرعيين

1- هل يتردد الشباب الجزائري على صفحات الأحزاب السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و المواقع الخاصة بها ؟

2 - كيف تساهم الأحزاب السياسية على ترسيخ مفهوم المواطنة لدى الشباب الجزائري من خلال الإعلام الجديد ؟ -

وللإجابة عن هذه التساؤلات اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي ، تكونت عينة الدراسة من مئة مفردة استبيان قسمت على طلبة علوم الإعلام و شعبة العلوم السياسية تلخصت ابرز نتائج الدراسة التي توصل إليها الباحث كما يلي ؟

تمحورت الدراسة في دراسة متغيرين هما الإعلام الجديد و السياسة و معرفة العالقة بينهما كما درست أيضا فئة الطالب من خلال تقنية الاستبيان لمعرفة كيفية استخدام تكنولوجيا

المعلومات من قبل الأحزاب السياسية الجزائرية و الكشف عن الدوافع وراء استخدام شريحة

الشباب الإعلام الجديد و منه اتضح أن اغلب الطلبة لا يترددون على صفحات الاحزاب السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و المواقع الخاصة بها ، كما إنهم يعتبرون ان الأحزاب السياسية تعزز مفهوم المواطنة من خلال مؤشر الانتماء بينما لا ترسخها عبر مؤشري المشاركة السياسية و الهوية الجماعية.

الدراسة الرابعة :

رضوان جدي، "استخدامات الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي "_ دراسة تحليلية وميدانية _ الجزائر أنموذجا".

بحث مقدم إلى ملتقى الحوار التركي العربي، حيث تمثل التساؤل الرئيسي للدراسة في: ما هي استخدامات الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي ويندرج تحت هذا التساؤل تساؤلات فرعية تمثلت في

1 – ما هي عادات وأنماط الشباب الجزائري في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ؟

2– ما هي دوافع التحاق الشباب الجزائري بجماعات مرجعية قد تختلف كلية في بنيتها لفكرية عن جماعات الانتماء الأصلية؟

3– ما هي الإشاعات المحققة للشباب الجزائري من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي؟

4- ما هي أشكال اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعية في المواقف تلقي المعلومات حول الثورات العربية ؟

5- هل ساهمت شبكات لتواصل الاجتماعية في تعبئة الرأي العام لإحداث تغييرات سياسية في الجزائر؟

6- هل تشكل شبكات التواصل الاجتماعية بالنسبة للشباب الجزائري دعامات إعلامية للتغيير السياسي في الجزائر أم أنها آليات للتواصل؟

وللإجابة على هذه التساؤلات فقد طبق الباحث منهج المسح الوصفي، من خلال استخدام الاستبيان المقنن لوصف وتحليل خصائص استخدامات الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى الاستبيان الإلكتروني لمعرفة عادات وأنماط الاستخدام، حيث ضمنت هذه الاستمارة عينة طبقية عشوائية لتمثيل كافة فئات المجتمع الجزائري كالأساتذة، والصحفيين، أصحاب المهن الحرة، البطالين، المهندسين وغيرهم. ليحصل الباحث في الأخير على نتائج أهمها:

- أن شبكات التواصل الاجتماعي شكلت ملاذا خصبا للشباب الجزائري
- استخدام هذه الشبكات يختلف من مجتمع إلى آخر خاصة من الناحية السياسية

– المعلومات التي ينشرها المستخدمون أو يتلقونها عبر شبكات التواصل الاجتماعي لا تلتزم الحياد.

– هناك تردد لدى المبحوثين فيما يخص دور شبكات التواصل الاجتماعية لتعبئة الرأي العام – .

أبرز الأهداف لاستخدام الشباب شبكات التواصل الاجتماعي يتركز في التواصل مع الأصدقاء، يليه البحث عن المعلومات الجديدة ثم أهداف علمية وبحثية

أوجه الاستفادة : لقد كانت هذه الدراسة عونا لما في إثراء النظري حيث استفدنا منها في بعض المعلومات الخاصة بالشبكات الاجتماعية، كما ساعدتنا في الجانب الميداني من خلال الاستعانة بها في تصميم استمارة الاستبيان

9 – تحديد مصطلحات البحث:

9 _1 تعريف الدور

اصطلاحا :

هو رباط اجتماعي يحدد توقعات و التزامات تقترن مع المواقع الاجتماعية، فهو نتاج عن عمليات التفاعل التي يبلورها الأفراد .كما يعرف الدور بأنه: مجموعة من الأفعال المكتسبة التي يؤديها الشخص في موقف تفاعل اجتماعي[1].

إجرائيا :

وهو المعلومات و المضامين و الموضوعات السياسية التي يقدمها موقع الفايسبوك للطلبة الجامعيين بغرض زيادة المعرفة و تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة لتكوين اتجاهات و بناء سلوكات سياسية

[1] معن خليل العمر,معجم علم الاجتماع المعاصر ط. 1 الشروق للنشر و التوزيع,عمان,2006 , ص 362

9_2 شبكات التواصل الاجتماعي :

اصطلاحا :

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 0.2 ،تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد،جامعة،مدرسة،شركة،....) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

يعرف راضي زاهر شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات و الهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.

كما تعرف أيضا بأنها: مواقع تتشكل من خلال الانترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، إتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين و التعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال و تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر

إجرائيا:

شبكات التواصل الاجتماعي هي إحدى وسائل الاتصال الجديدة، من خلال شبكة الانترنت حيث تسمح للمشترك أو المستخدم من التواصل مع الآخرين، كما تسمح للأفراد والجماعات بإسماع صوتها وصوت مجتمعاتها إلى العالم، فهي تقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات

9_3 تعريف الرأي العام:

اصطلاحا : انقسمت الآراء حول الرأي العام إلى أقسام, فريق يرى بأنه لا وجود للرأي العام أساسا ولا يعترف به و اتجاه ثاني يقر بوجود الرأي العام إلا أنه يعترف بصعوبة الوقوف على تعريف واحد له. إذ عرفه "فيالند" أنه ليس رأي الشعب بأكمله بل يصبح أن نعتبره رأي طبقة لها الغالبية والقوة بين الشعب[1]

إجرائيا: نعني بالرأي العام في دراستنا هو الاتفاق بين أغلبية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا السياسية الوطنية حيث يتشكل الرأي العام من خلال اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية.

[1] مختار التهامي، عاطف عدلي: الرأي العام، كلية العالم، جامعة القاهرة، مصر 2001 ،ص 4.

الفصل الأول

ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد :

فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في السنوات الأخيرة من القرن الماضي وخاصة مع انتشار شبكة الانترنت حقائق جديدة جعلت سكان الأرض يتواصلون ويتلاحمون في عالم افتراضي ما نشئت افتراضاته تتحكم شيئا فشيئا في الواقع الاجتماعي والثقافي والسياسي و الاقتصادي لسكان الكرة الأرضية ولعل من إنجازات التكنولوجيا الحديثة والتي جعلت العالم لا يستقر على حال ما أصبح يعرف بالشبكات الاجتماعية وفي مفهومها البسيط هي مواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت تقوم بتصميمها شركات خدمات اتصال كبرى تجمع الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة كالأصدقاء وأصحاب المهن المشتركة ليتبادلوا الحوار في موضوعات تهمهم ومن حيث التوصيف والتعريف العلمي فان الشبكات الاجتماعية هي عبارة عن مواقع على شبكة الإنترنت توفر لمستخدميها سواء كانوا أفرادا أم جماعات فرصة التلاقي وتبادل المعلومات و الآراء و الأفكار والهموم و المشاكل من خلال الملفات الشخصية و ألبومات الصور وغرف الدردشة وغير ذلك ومن ذلك أمثلة هذه الشبكات مواقع youtube, facebook twitter, ولعل من أسباب الرئيسية إقبال فئات المجتمعات المعاصرة و خاصة فئة الشباب وتدافعها على هذه المواقع هو أن الانضمام لهذه الشبكات لا يتطلب جهدا كبيرا إذ يكفي من يريد استخدامها التسجيل في إحداها وقبول دعوة احد ثم اختيار المجموعة التي يرغب في التواصل معها ليدخل عالما لا يخلو من إثارة المشاعر والغرائز في كثير من الأحيان.

1. لمحة تاريخية عن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي:

كان أول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي عام 1995 ،حيث صمم RandyConrads موقع Class mates ، كان الهدف منه مساعدة الأصدقاء و الزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة وفرقتهم ظروف الحية العملية في أماكن متباعدة و كان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء و الزملاء فيما بينهم إلكترونيا[1]

ثم تلاهموقع sixdegree سنة 1995 اعتمدت هذه المواقع على فتح دردشات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء والربط المباشر بينهم، مع بداية عام 2003 ظهر موقع Myspace. وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة والأكثر شهرة على مستوى العالم، ثم ظهر الفايسبوك Facebook انطلق رسميا في 2003 إلى آن أصبح يتصدر قائمة مواقع التواصل الاجتماعي في العالم[2] .

في هذه الفترة راجت صناعة مواقع الانترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عليه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع الارتونت و عدد كبير من الم لايين من متصفحات الانترنت حول العالم تستقبل هذا البث، و بعد ذلك بالتدرج استطاع مطورو الانترنت أن يستخدموا متصفحات الانترنت لإرسال و استقبال البيانات في نفس الوقت بدال من دوره الأصلي كمستقبل للبيانات، بداية بتطبيقات البريد الالكتروني، الدردشة ومنتديات الحوار وانتهاء بالتطبيقات الالكترونية الأكثر حداثة

[1] صفاء زمان، الشبكات الاجتماعية تعريفها، تأثيرها وأنواعها، مجلة المنتدى 23 يوليو 2013

[2] عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره، ص 117--118.

وثورية مثل موسوعة ويكيبيديا، وقد كانت هذه القفزة في تغيير طريقة التعامل مع متصفحات الانترنت هي البداية الحقيقية لما يعرف بتطبيقات الويب[1]

وكذلك ظهر موقع اليوتيوب YouTube في 2001 وبعد ذلك انتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي في المدونات الصغيرة بظهور موقع Twitter وقد ظهر في 2006 وقد بدأ بالانفصال كخدمة جديدة للتواصل الاجتماعي على الساحة العالمية.

2. عوامل ظهور وسائط الاتصال الجديدة :

هناك العديد من العوامل التي ساعدت على ظهور و تطور وسائط الاتصال الجديدة،و بروزها بالشكل الذي عليه الآن،فكل تلك الظروف و المتغيرات تضافرت لحمل وسائط الاتصال الجديدة إلى قمة هرم الصناعة الإعلامية ،و جعلها خاصة مع انتشارها و تقبلها لدى عموم المستخدمين ،و الذين تغير دورهم من متلقين للمعلومة إلى متفاعلين مع الحدث عبر التواصل و التفاعل من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ،و من أهم هذه العوامل نذكر ما يلي :

-**العامل التقني** :ارتبط النظر في وسائط الاتصال الجديدة بالانتقال التكنولوجي ،مثلما حدث بعد ظهور المطبعة ، التلغراف، الفتوغراف، الراديو ،التلفزيون ثم الإنترنت،و عليه يؤكد آل غور في مقولته :إن التطورات في مجال التكنولوجيا الاتصالية و الكمبيوتر ، جعلت من الممكن نشوء نظام اتصالات كوني ، و أن شبكة الشبكات متساعد في جمع كل المجتمعات في العالم من خلال طريق المعلومات السريع ،هذه البنية الأساسية للمعلومات ستسمح للناس من أي قارة في أي بلد تقريبا من كل أجزاء العالم من التفاعل بطريقة مستحيلة من قبل ، و تتمكن من الحصول على المعلومات في الوقت

[1] بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في العالم والتكنولوجيا والرأي العام، عالم الكتب، ط 1 ،مصر، 2008 ،ص 102

والمكان الذي نريده ، و قد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام :صحافة و إذاعة و تلفاز ، و انعكس أيضا على العلاقة التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية و موزعها و متلقيها ، فقد انكمش العالم مكانا و زمانا و سقطت الحواجز بين البعيد و القريب ، و كادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي و الوهمي و بين الحاضر و الغائب و بين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي و الكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات ، في حين يرى أحد منظري وسائط الاتصال الجديدة نيكولاس نيكروبونتي ،حيث يذهب بعيدا في إبرازه لقيمة وأثر العامل التقني في ظهور و تطور وسائط الاتصال الجديدة ، فقد قدم رؤيته حول « العالم المحوسب »، إذ قال : إن الحوسبة ليست أبدا كل ما يتعلق بالحسابات الآلية ،بل كل ما يتعلق بالحياة .

حيث أن ظهور المجتمع المعلوماتي قد مكن وسائل الإعلام و الاتصال من التحول من ظاهرة تقديم الخدمات الإعلامية للمتلقي (السلبي)،إلى مشاركة فاعلة و مباشرة (إيجابية) من قبل المتلقي ،مما أعطى لعناصر التركيبة الاجتماعية الفرصة في المساهمة و في عملية الاختيار و إعداد و تخزين و نشر المعلومات ،و المشاركة الفاعلة و المؤثرة في إطار عملية التبادل و التفاعل داخل المجتمع الواحد .

- **العامل الاجتماعي :** إن تغيير الثقافات و العادات ،و تطور المجتمع ساهم ايضا في تطور احتياجات المجتمع من طريق حصولهم على الأخبار و المعلومات ،كما أن نمط الحياة السريع يتطلب الوصول بشكل أسهل و أسرع للمعلومة ،بالإضافة إلى تطور نسبة زيادة التعليم و التثقيف ،جعلت من وسائل الإعلام التقليدي غير قادرة على تلبية مختلف احتياجات الأفراد ،كما أن مجتمع الإعلام والاتصال يؤشر عبر آخر تمضهراته نشأة شبكات و فعالين اجتماعيين جدد،بروز أشكال جديدة من الجماعات الاجتماعية و الفوضى الاجتماعية ،عنف الشباب اضطراب الحكام ، ارتباك الوظائف

الاجتماعية المتعددة ،كما أن تقارب اليوم علوم الإعلام و الاتصال مفهوم الاتصال على أنه مصطلح مؤسس لفكر جديد يسمى بالفكر الاتصالي la pensée communicationnelle و الذي يتموضع في مفترق طرق اختصاصات شتى ،إن هذا الفكر هو بمثابة طريقة أو رؤية جديدة للكون كما كان الشأن بالنسبة إلى حقول تفكير علمي أخرى كعلم الاجتماع ، بوجه الخصوص ،الذي كان ينظر له في الماضي كمقاربة جديدة لمجتمع صناعي يريد أن يعي بذاته ،و تولى هذه العلوم (علوم الإعلام و الاتصال)، أهمية خاصة إلى السياقات الاجتماعية و الثقافية و تعطي مفهوم العلاقة بالذات اهتماما أساسيا ،وعليه يمكن أن نجمل بأن مجتمع الاتصال و المعرفة ينجم عنه ثقافة جديدة ،فكر جديد ،تمثل اجتماعي جديد ،و بالتالي فالتطور التقني يقتضي أيضا تطور على مستوى المجتمع .

- **العامل الاقتصادي:** المتمثل في عولمة الاقتصاد و ما يتطلبه من إسراع حركة السلع و رؤوس الأموال و هو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات ،و ليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يوما بعد يوم بقول آخر، إن عولمة نظم الإعلام و الاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق و تنمية النزاعات الاستهلاكية من جانب ،و توزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى و ألعاب و برامج تلفزيونية من جانب آخر .

- **العامل السياسي :** تغيرت السياسات الدولية و القوانين المنظمة للعمل الإعلامي ،خاصة مع بروز ظاهرة العولمة، فالسياسة بمفهوم النطاق الجغرافي و المحلي و الوطني ،أي بمفهوم السيادة من خلال ممارسة صلاحياتها و سلطتها على شعبها و أرضها و ثرواتها، و الدولة القومية هي نقيض العولمة لأن الأخيرة تعمل على انتزاع سيطرتها على مجالها الوطني و المحلي، و في ظل الاقتصاد العالمي و توحد الثقافات أصبح الحديث عن الحكومة العالمية ،و انتقال القرارات و التشريعات و القناعات و

الخيارات من المجال المحلي إلى المجال العالمي ، و خروج النشاط السياسي عن الدولة و حدودها ، و أصبحت الدولة كما يوضح ريتشارد فولك : "إن الدولة مجرد وحدة ضمن شبكة من العلاقات و الوحدات الكثيرة في عالم يزداد انكماشا و ترابطا ،و لم تعد الدولة مركز السياسة في عالم العولمة بل باتت جزءا من كل سياسي تمارس سلطتها رسميا ،لكن عمليا فإنها مرتبطة بالسياسة العالمية التي توجه المواطن الافتراضي ".

3. نماذج مواقع التواصل الاجتماعي:

فايسبوك Facebook:

يعتبر الفايسبوك للتواصل الاجتماعي ذرة مواقع التواصل، فهو أكثر من ساهم في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس في مختلف الطبقات والاتجاهات والديانات حول العالم، وذلك بسبب خصائصه التي سنناقشها والتي يسرت وسمحت للناس بالاشتراك والتواصل عبره والفايسبوك " Facebook"أو وجه الكتاب باللغة العربية: فهو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية ' أي انه يتيح عبره للأشخاص العاديين و الاعتباريين كالشركات أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص اخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى لإنشاء روابط تواصل مع آخرين، وقد أسس هذا الموقع مارك زوكربيرغ عام 2004 لغرض التواصل بين الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية ومن ثم انتشر وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية تعتمدها الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصيغ التي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام ليتعدى الفايسبوك

وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في عام 2013 قرابة النصف مليار مشترك وليصبح مستقبلا اكبر تجمع بشري الكتروني على وجه الأرض[1]

- **مميزات الفايسبوك من الناحية التقنية:**

أهم مميزات الفايسبوك هي :- الملف الشخصي: Profile بعدما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على المعلومات الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لديك، كلها معلومات مفيدة للأشخاص الذين يريدون التواصل معك، وكذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك منتجها بالتحديد

إضافة صديق: Friend Add وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفايسبوك بواسطة بريده الالكتروني

- لوحة الحائط Wall هي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي للمستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال رسائل مختلفة إلى هذا المستخدم

- التغذية الإخبارية: Foad New :التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث يقوم بتغيير بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، و كذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم[2]

[1] مدثر النزر أحمد، شرح كيفية التسجيل في موقع الفيسبوك، كلية دراسات الحاسب الآلي ، ط1 ،جامعة جويا، السودان، ص2

[2] مدثر النزر أحمد، شرح كيفية التسجيل في موقع الفيسبوك، كلية دراسات الحاسب الآلي، ط1 ،جامعة جويا، السودان،ص 26

– إنشاء صفحة خاصة على موقع الفايسبوك: Facebook تستطيع إنشاء صفحة خاصة على موقع الفايسبوك لموضوع معين و يكون اسم الدومين الخاص بها متصلا بفايسبوك، ويتيح لك ذلك الترويج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع Adds Facebook والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على الفايسبوك، تدفع مبلغا يوميا شهريا أو سنويا يتراوح بين بضع سنتات إلى ألاف بل الملايين في حالة الإعلان لمئات المشتركين على الموقع لتمكنوا من رؤيته.

4. مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي :

إن الكثير من المؤسسات الكبرى والشركات الحكومية الخاصة، تجمع عن الأفراد بيانات عديدة ومفصلة تتعلق بالوضع المادي أو الصحي أو التعليمي أو العائلي أو العادات الاجتماعية أو العمل ...الخ، وتستخدم الحاسبات وشبكات الاتصال تخزينها ومعالجتها وتحليلها و الربط بينها واسترجاعها ومقارنتها ونقلها، وهو ما يجعل فرص الوصول إلى هذه البيانات على نحو غير مأذون به أو بطريقة التحايل أكثر من ذي قبل و يفتح مجالا أوسع لإساءة استخدامها أو توجيهها توجيها منحرفا أو خاطئا، أو مراقبة الأفراد وتعرية خصوصياتهم الموجودة على سجلات البيانات الشخصية المخزنة[1]

كما أن هناك العديد من المخاطر منها:

مخاطر الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي: هناك العديد من التساؤلات التي أثيرت حول الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي، ففي الوقت الذي ذهب فيه البعض إلى اعتبار أن هذه

[1] دكتور هشام فريد رستم، قانون العقوبات ومخاطر تقنية المعلومات، مكتبة الآلات الحديثة، 1332 ،ص180

المواقع أدوات لتوطيد العالقات القائمة، ذهب البعض الأخر إلى توجيه النقد إلى هذه المواقع ألنها تعمل على عزل الإفراد و تحد من التفاعل، وكما تناول الباحثون الآثار الايجابية لهذه المواقع فقد تناولوا أيضا سلبيات هذه المواقع الاجتماعية، ومنها إساءة الاستخدام والتشهير والخداع وانتهاك الشخصيات، لذلك يمكن إبراز أهم مخاطر هذه المواقع على النحو التالي:

1 – تقليص الع لاقات الاجتماعية الواقعية ونمو العالقات الافتراضية على الرغم من أن الأفراد يستخدمون هذه المواقع لإحياء الع لاقات القديمة وتعزيز الع لاقات الحالية، إ لا أننا نجد كثيرا من الأبحاث تشير إلى نسبة كبيرة من الأفراد يستخدمونها كبديل للتواصل والتفاعل المباشر، أي طغيان العالقات الافتراضية على الع لاقات الواقعية[1]

2 – خرق خصوصية الأفراد: هناك الكثير من الأفراد ممن ينشرون خصوصياتهم استنادا إلى الثقة التي يتم بناؤها من خلال الع لاقات القوية التي تنشئ بين الأصدقاء المندمجين في هذه المواقع، وفي هذه الوسائل تتشكل ملامح خرق الخصوصية من خلال استخدام معلومات المشتركين الشخصية.

3 – التشهير والإساءة إلى الآخرين: يع د التشهير والإساءة ابرز المخاطر الاجتماعية و المظاهر السلبية التي ترافق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك عن طريق القيام بنشر الصور والفيديو كما يفعل بعض الأشخاص من خلال قيامهم بنشر صور وفيديوهات لهم ولزملائهم تتعارض مع السياسة العامة لمجتمعاتهم ، ففي ظل إمكانية إنشاء حسابات وهمية على مواقع التواصل الاجتماعي وأيضا غياب المسؤولية القانونية، فقد لجأ البعض إلى الإساءة إلى الآخرين وانتحال أو تقليد

[1] الدوسري، موسى محمد، 2013 ،اثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لطالب الجامعات في السعودية، أطروحة دكتوراه، الجامعة الأردنية، عمان، ص 110_111.

شخصياتهم دون علمهم، والقيام بابتزازهم والتهديد بنشر صورهم على تلك المواقع، وقد أدت هذه الإبتزازت والتهديدات إلى حالات من الانتحار[1].

4 – الرقابة، وتعرضهم للتهديد أو التهم الجنائية بسبب تداول تلك المواد، كما أكد التقرير على ظهور ما يسمى بالاكتئاب لدى الشباب نتيجة الوقت الطويل على هذه المواقع.

[1] عبد الله محمد إبراهيم، الداعية السياسية وأثرها في تشكيل الرأي العام، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بابل، العدد1 2012 ،ص3.

الفصل الثانـي

ماهيـة الرأي العـام

تمهيد:

يعتبر الرأي العام ظاهرة اجتماعية يصعب تحديد مفهومها أو تعريفها، ومن السهل تحديد مميزاتها أو خصائصها أو مكوناتها من تحديد مفهوم خاص بها، وغالبا ما يعرف الناس الرأي العام بأنه تعبير عن حكم إزاء موقف معين أو مسالة ما، إذ ازدادت أهمية الرأي العام كظاهرة اجتماعية مع تطور الإعلام و الاتصال وبروزه كظاهرة سياسية لها قوة عظيمة في التأثير على شتى المجالات والميادين، وللتعرف على الرأي العام أكثر تناولنا في هذا المبحث تعاريف ومراحل تكوين الرأي العام وكذلك أهم وظائفه.

1. نشأة وتعريف الرأي العام:

لم تكن ظاهرة الرأي العام وليدة العصر الحديث فهي قديمة قدم المجتمع الإنساني، وكانت الأنظمة الاجتماعية السائدة آنذاك تولي أراء الناس أهمية معينة، وتستطلع الآراء والأفكار المختلفة للوصول إلى القرارات السليمة، فقد عرفت الأمم والشعوب منذ القدم، نوعا من أنواع الإنفاق العام الذي يمكن أن نقول عنه ما يعرفه العصر الحديث بمصطلح الرأي العام

وقد عرفت الحضارات القديمة مثل حضارة وادي الرافدين ووادي النيل أشكال متقدمة من الأنظمة السياسية والاجتماعية والاقتصادية أثارها شاخصة على مر العصور .وعندما اكتشف السومريون الكتابة وما رافقها من ظهور الحضارات زادت أهمية الرأي العام، فكان حكام حضارة وادي الرافدين السومر; بابلو آشور وأكد، يقيمون للرأي العام وزنا لبأس به من خلال إقامة مجالس الشعب والمؤتمرات والاجتماعات المعمارية الكبيرة، وكيف كان الحكام يسعون إلى كسب رضا الشعب كما دلت أثارهم التاريخية على ذلك.

هذا التطور في حضارة وادي الرافدين، ارتبط بنشوء النظام السياسي في بلاد سومر، التي تشكل القسم الجنوبي من العراق عند حدود الألف الثالث قبل الميلاد، بظهور "دول المدن " Citystatesفي عصر فجر السلالات.

وتضمنت الكتابات السابقة وتحديدا في القرن الرابع عشر قبل الميلاد عصر الفيلسوف الإغريقي "أفلاطون " PLATO وأستاذه "سقراط" تخمينات واقترابا من الصياغة الحديثة للرأي العام، فقد كانت الفلسفة السياسية لليونان القديمة تتعامل مع "الأخطار والفوائد المحتملة للحكم الشعبي[1]"

[1] جمال مجتهد، الرأي العام وطرق قياسه، دار المعرفة، الجامعة، ط1 ،القاهرة، 2007 ،ص16.

وسارع "أفلاطون إلى ذم السياسية الديمقراطية، مصور الفلسفة إلى أنها الموجة الصحيح للأمور الإنسانية، كما نظر الرأي العام بدرجة ضئيلة من الاحترام لدرجة أنه رأي الناس على أنهم مجرد حشد ضئيل، في المقابل نجد أن "أرسطو" كان يعتقد أن المشاعر الجماعية "للعامة" يمكنها أن تسهم في إيجاد الفطرة السليمة بالنسبة للموضوعات السياسية ومنذ القرن الخامس عشر بدأت عدة عوامل وقوى تاريخية في إظهار الرأي العام وبلورته، فقد سمحت التطورات التكنولوجية في مجال الطباعة، بالنشر الواسع النطاق للمؤلفات المكتوبة، التي زادت قوة في القرن السادس عشر مع نمو فئات التجار ورجال الأعمال و التوسع في التعليم، وقد نتج عن ذلك التوسع في القراءة بين العامة، وبدأت المجتمعات قارئة ومتاجرة الكتب تنتعش[1]

وظهرت خلال القرن السابع عشر بدايات وبداية القران الثامن عشر مؤسسات اجتماعية أخذت وضعها ، مثل مقاهي إنجلترا، وصالونات باريس، مجتمعات المائدة في ألمانيا، وكانت في هذه الأماكن الندوات الأدبية والمناظرات السياسية والثقافية، وبحلول القرن الثامن عشر أصبح الأدب السياسي والأخلاقي شائعا بين الطبقات المثقفة، و مع تنامي المتوسطة في الثامن حصلت العامة المثقفة على قوتها السياسية ومركزها ، وأصبح التبادل الحر للمعلومات، والتدبير النقدي المنقطع ، هو الأداة المستخدمة من قبل العامة لتأكيد ذاتها في الموضوعات السياسية، و انبثق عن ذلك الرأي العام باعتباره شكلا تستطيع الطبقة البرجوازية أن تتخذه من خلال الحكم الاستبدادي

وعند منتصف القرن الثامن عشر كان هناك اعتراف بوجود الرأي، وفي هذه الحقبة عرف روسو حاول المنظرين السياسيين الذين إستخدموا مفهوم الرأي العام ووضعوا أسس لتطويره بدلالات مقاربة للمعاني

[1] صالح مدكور، الرأي العام، المدخالت المؤثرات المحصالت، ب. ط، دار النهضة، القاهرة، 2006 ،ص76

الحالية، وكان أول من طبق العظمة الشعبية للدولة .في دراسة للإدارة العامة متوصلا بذلك إلى أن "الإرادة الأمم العمومية هي أيضا الإرادة الأكثر عدلا، وأن صوت الشعب من صوت الله.

وقد شهدت بداية القرن التاسع عشر استخدامات واسعة للرأي العام بين الطبقات المتعلمة، لكن الاختلاف بين الناس يبقى أمرا قائما، إذ ظهرت جزء من الطبقة المتعلمة لم يوصي عن زيادة الاهتمام بالرأي العام، واعترض بعض الكتاب على هذا الاتجاه ووصفوا الرأي العام بأنه تركيبة من الضعف والحماقة والتحيز والشعور الخاطئ.

ويمكن أن بداية الدراسات النقدية المتخصصة في مجال الرأي العام كانت عام 1881م مع كتابات جيمس برايس، وهو أمريكي وكتاب "أفكار حول الرأي العام وطبيعته "لكارل فون جرستوف"، وكتاب " السلطة والرأي العام " الذي ألفه لويس جورج كورنيل[1].

شهد القرن العشرون تطورات بدأت تتبلور من منتصف القرن التاسع عشر، نتج عنها أن الرأي العام أصبح صاحب السلطة الحقيقة، ومن هذه التطورات الثورة الصناعية والنمو أو التضخم السكاني، والتقدم العلمي التكنولوجي، وارتفاع مستوى التعليم وزيادة الحراك الاجتماعي بين الطبقات و الشعوب، والمطالبة بالمساواة[2].

وعلى الرغم من هذه البدايات القوية والقديمة للأطر النظرية العامة بالرأي العام وتعريفه وتحليل طبيعته ومكوناته، التي بدأت في نهاية القرن التاسع عشر أوائل القرن العشرين، فان جهود التنظيم في مجال الرأي العام لم تصل إلى المستوى المنشود ولم تشهد نقلات مهمة في أن دافسون

[1] جان جاك شوفالييه، تاريخ الفكر السياسي من المدينة الدولة إلى الدولة العمومية قوة، محمد حرب صاصيال، المؤسسة الجامعية للدراسة والنشر، ص200-487

[2] عبد الكريم علي الدبيسي، الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه، ط1 ،دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان، 21.ص، 2011

وفي مجال البورت نحو علم الرأي العام، الذي نشر عام 1937م، مازال أفضل المقالات النظرية في الآن، و يوضح البعض السبب في ذلك إلى شعور المشتغلين في مجال الرأي العام بالرضي عن نجاح دراسات قياسات الرأي العام ودفنها، ومن ثم مسايدة الاهتمام بقياس الرأي العام وتقليص الاهتمام ببحث الأسس النظرية[1]

2. مفهوم الرأي العام :

1 – تتعدد وتتنوع تعريفات ظاهرة الرأي العام في المجتمعات البشرية المختلفة حيث يقال في معنى الرأي العام ارتاث الشيء أي أبصره ويقال: ارتأى في الأمر وارتأى رأيا في أمر "الرأي" الاعتقاد والنقل و التدبير والنظر والتأمل، يقال رأيته رأيه العين، حيث يقع عليه البصر، والرأي عند الأصوليين هو إستنشاط الأحكام الشرعية في ضوء القواعد المقررة .وعلى هذا الأساس فرأي العام هو ذلك الرأي الذي يعبر عن أكثر شريعة ممكنة من الجماهير يمكنها التعبير عن نفسها في وجود معطيات معينة[2].

2 – الرأي العام أيضا هو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد أو إجماع الآراء أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور اتجاه أمر أو ظاهرة أو قضية أو موضوع معين يدور حوله الجدل وهذا الإجماع له قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به[3]

3 – والرأي العام هو اتجاهات ومواقف الناس إزاء موضوع معين حيث يكون هؤلاء الناس أعضاء في نفس الجماعة المعنية، وهو الرأي الذي ينتج عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين إفراد أية

[1] جمال مجاهد، الرأي العام وقياسه، الأسس النظرية والمنهجية مرجع سبق ذكره، ص 21

[2] محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام في العالقات العامة والاتصال بالجماهير، مكتبة عين الشمس القاهرة، 1988

[3] إسماعيل علي سعد، الاتصال والرأي العام، مبحث في القوة والإيديولوجية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعة، 1973

جماعة كبيرة من الناس، كما يعرف بأنه اصطلاح مستخدم للتعبير عن مجموعة أراء التي يدين بها الناس إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة[1]

4 – يعتبر مفهوم الرأي العام من المفاهيم التعددية والمتنوعة في الاتجاهات حيث أن قبول وجهة نظر واحدة هي بين وجهتي نظر متضاربتين ووجهات نظر كثيرة متضاربة، على حيث كل واحدة منها تصلح لأن يتقبلها النقل الرشيد لوضعها وجهة النظر الوحيدة الصادقة والتعبير عن أراء جماعة من الأشخاص إزاء قضايا عاقل أو مقترحات معينة تصممهم سواء كانوا مؤيدين أو معارضين لها، بين يؤيد موقفهم بالضرورة إلى التأثير السلبي أو الإيجابي على الأحداث بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في تصرفات معينة من التاريخ[2]

5 – عرفه إبراهيم إمام على انه فكرة سائدة بين مجموعة من الأفراد أو بين جمهور من الناس تربطهم مصالح مشتركة إزاء مشكلة من المشاكل التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصلحة من مصالح الشركة[3]

وبعد هذه التعريفات المختلفة للرأي العام نعد نرى أن الرأي العام هو الرأي الذي يستحوذ على قبول أراء أغلبية أفراد المجتمع على اختلاف أطباقهم و مستوياتهم العمرية والتعليمية والثقافية والدينية داخل الدولة، تجاه قضية معينة تخص مصالحهم بصورة مباشرة أو غير مباشرة خلال فترة أو فترات معينة من الزمن.

[1] إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة لأنجلو، 1969

[2] المرجع سبق ذكره ص 29

[3] مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، الرأي العام، مرجع سبق ذكره.

3. مكونات الرأي العام:

ويشترك في تكوين الرأي العام مختلف الهيئات والتنظيمات الشعبية و النقابية و الحزبية عن طريق طرح أفكارها و اتجاهاتها والدعوة إليها، بمختلف الوسائل التي تؤدي الصحافة والوسائل السمعية والبصرية دورا في نشرها وتعبئة الرأي العام و توجيهه من خلالها

1 مؤسسات المجتمع المدني :

المفهوم المستفز للمجتمع المدني يقوم على أساس أنه مجموعة المؤسسات والفعاليات والأنشطة التي تحتل مركزا وسطيا بين العائلة باعتبارها الوحدة الأساسية التي ينهض عليها البنيان الاجتماعي والنظام القيمي في المجتمع من ناحية والدولة ومؤسساتها وأجهزتها ذات الصبغة الرسمية من جهة أخرى .

وبهذا المعنى فإن منظمات المجتمع المدني تساهم بدور مهم في ضمان احترام الدستور وحماية حقوق الأفراد وحرياتهم وتمثل الأسلوب الأمثل في إحداث التغيير السلمي والتفاهم الوطني مع السلطة في سبيل تعزيز الديمقراطية وتنشئة الأفراد على أصولها وآلياتها، فهي الكفيلة بالارتقاء بالفرد وبث فيه وتعبئة الجهود الفردية والجماعية للتأثير في السياسات العامة وتعميق مفهوم، احترام الدستور وسيادة القانون.

2 وسائل الإعلام :

تلعب وسائل الإعلام دورا سياسيا مهما يساهم في التعبئة الرأي العام الشعبي من خلال كتابات وأقوال المفكر ين والصحف والفضائيات المرئية والمسموعة و الاجتماعات والندوات التي

تساهم في إطلاع الجماهير على المشاكل الأكثر إلحاحا، والتي يتعرض لها المجتمع وتكون مراقب جماعي لصالح الشعب من خلال انتقاد سياسات الحكام وكشف فضائحهم و انتهاكهم لسيادة القانون

فالإعلام يشكل السلطة الرابعة وله دور في مراقبة مجريات تنفيذ الخطط والمشاريع و الاقتصادية والسياسية والاجتماعية هو كشف الأخطاء و الانحرافات المرافقة لعمليات الإعداد والتخطيط وتنفي الأداء الحكومي والمباشرة، لما توجهه من نقد بناء يعتمد مصالح الوطن والمواطن بالدرجة الأولى[1]

4. خصائص الرأي العام:

تتعدد وتتنوع خصائص الرأي العام التي يتعلمها الجمهور من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية والسياسية ومن أهم هذه الخصائص:

الرأي العام سلوك لأفراد المجتمع، ويأخذ هذا السلوك شكل تعبير بالكلمات والرموز الواضحة، فلا يوجد رأي إلا إذا كان له محتوى يمكن التعبير عنه في صياغة لغوية أو رمزية من نوع ما، وتعتمد بعض أبحاث الرأي العام على ما تنشره وسائل الاتصال من أنباء وتعليقات للوصول إلى نتائج معينة بشأن الرأي العام في مجتمع من المجتمعات.

إن هذا السلوك أو تلك الكلمات التي تم التعبير من خلالها، قد قام به عدد من أفراد الجماعة يمثل الأغلبية وعلى الأقلية احترامه وتقبله حتى بالرغم من عدم مشاركتها فيه لكن بالاقتناع وليس بالخوف.

[1] جابر عبد الحميد، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، القاهرة، دار النهضة العربية، 1983

من المفترض أن يتوفر لدى هذا العدد الكبير من الأفراد معرفة عامة تجذبهم وتثيرهم وتوجه اهتمامهم إلى الموقف أو المشكلة موضع الاهتمام، وأن تكون هذه المعرفة واضحة ومحددة بالقدر الكافي لتبني وجهة نظر إزاء المشكلة أو الموقف

إن تعبير الأفراد يكون علنا، أو على الأقل فأنهم على استعداد ألن يعبروا عن آرائهم علنا، وكما أوضح ريتشارد شانك، فان ثمة فروق أساسية بين كيف يفكر الفرد ا او يشعر في قراره نفسه، أي يتبنى وجهة نظره الشخصية النابعة من داخله وبين الحالة التي يلجأ فيها إلى تبني آراء قام بالتعبير عنها أفراد آخرون في المجتمع.

يكون الأفراد على استعداد للتعبير عن آرائهم وأفكارهم بغض النضر عن وجود أو حضور أفراد آخرين أو عدم وجودهم، فالفرد عندما يكون بمفرده أو بمعزل عن الجماعة يكون في حالات كثيرة اقل حماسا واقل نشاطا واقل استعدادا لإبداء وجهة نظر جادة بعكس الحال عندما يكون ضمن جمهور من الحاضرين أو ضمن جماعته[1]

تتعدد وتتنوع خصائص الرأي العام التي يتعلمها الجمهور من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية والسياسية ومن أهم هذه الخصائص:

يبقى الرأي العام "كامنا " حتى تظهر مسألة أو قضية عامة ما، وهذه القضية تظهر عادة حينما يوجد تصادم أو خيبة أمل، وأن الرأي العام الفعلي هو محاولة للتقليل من التصادم أو القلق أو خيبة الأمل، فقد يلجأ الرأي العام لعملية التبرير أو الإبدال أو التعويض

[1] رشاد عبد الغفار، الرأي العام، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1984

يتحقق الطابق والاتفاق بالنسبة للرأي العام عندما يعزو بعض الناس مصادرهم اتجاهاتهم إلى و الآخرين "عملية الإسقاط"، أو عندما يفترض بعض الناس اتجاهاتهم ومعارفهم هي نفسها اتجاهات ومعارف الآخرين "عملية التقمص

يمكن أن يكشف الرأي العام عن نفسه أي أن يعبر عن نفسه حينما تكون قوة الدفاع أو العامل المؤثر، كبيرة أو عندما يكون التعبير عن الاتجاه بالأفعال ذات نتائج طيبة أكثر من النتائج السيئة.

الرأي العام يمثل مدى واسعا بين المعارضة والتأييد.

الرأي العام يختلف في درجة العمق والقوة، فالمسألة التي لا تثير رأيا له عمق ظاهر، لا تحوز إلا على انتباها طفيفا، بينما يمكن للمسألة التي تثير انتباه كبير أن يكون لها قوة وعمق أكبر .

يختلف الرأي العام في درجة الثبات فالفرد مثال يمكن أن يكون وجهة النظر هذه، يمكن أن تتغير عند حصوله على مزيد من المعلومات

ومن جانب أخر فإن رأيا يعتنقه الشخص بثبات وإيمان كبير ليس من السهل تغييره بسرعة ولكنه قد يأخذ وقتا طويلا من أجل تغير[1]

1 وظائف الرأي العام في المجال السياسي :

يقصد بوظيفة الرأي العام ما يمليه الرأي العام من مقاصد أهداف أو برامج و و تفصيلات تحدد المهام المنوطة به في المجالين التالين:

وظائف الرأي العام إحدى القوى السياسية الفعالة داخل الوجود السياسي من خلال تحديد طبيعة الممارسات السياسية و يتمثل دور الرأي العام هنا في مجموعة من الوظائف

[1] رشاد عبد الغفار، الرأي العام، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1984

التأثير على القرار السياسي : تعد السلطة الشعب في الدول الديمقراطية أعلى السلطات فيها و لذلك فانه من المفترض إن القرارات المهمة في الدولة يجب أن تبني على الرأي العام ، بمعنى انه من اللازم أن يعكس نشاط الحكومة اليومي بطريق أو بأخرى هذا الرأي

التأثير على الانتخابات : تسمح العمليات الانتخابية باختصار القيادات السياسية في إطار الحدود التي يرسمها و يتقبلها الرأي العام كما يبدو هذا واضحا في الدول الديمقراطية المعاصرة .فقد بدى بشكل أوضح في عصر الإسلام[1]

نتيجة للحرية السياسية التي منحها له الإسلام و هو ما أدى إلى ظهور رأي عام إسلامي فعال كان مثابة المحكمة المركزية غير الرسمية في المجتمع ، و نجح في إثبات و 2 جوده في الكثير من المواقف السياسية و من ذلك اختيار الخلفية أو الحاكم[2]

مساندة الأفكار السياسية : للرأي العام أهمية بالغة في مساندة الأفكار السياسية ، بل يمكن القول أن نجاح أي فكرة أو اتجاه سياسي او اجتماعي يتوقف على مدى دعم الرأي العام لهذه الفكرة أو هذا الاتجاه [3]

و في بعض الأحيان تظهر أفكار قد تكون سابقة لأوانها و لا تلقي قبولا لدى الرأي العام . ثم لا يلب ثان يتغير الرأي العام بمرور الوقت و يعتنق هذه الفكرة و يرحب بها[4]".

التحديث السياسي : حيث يمكن للرأي العام ان يساهم في تحقيق أهداف التنمية السياسية ، و ذلك عن طريق تحقيق التمايز في الوظائف السياسة و تحقيق المساواة عن طريق ترشيد السلطة و توزيع المشاركة السياسية و زيادة قدرة و فعالية النظام السياسي[5].

---

[1] صالح كبد الحمد محمد و منى ، صناعات السياسية 14 العام ، مصر دار الأحكام ،2015 ص 50

[2] محمد صالح البشيري ، دار هدهد للنشر والتوزيع ، مصر ، 2013، ص66.

[3] صالح كبد الغني ، منى كفي ، نفس المرجع السابق ص 50.

[4] زكي خامد ،السياسة والرأي العام والدعايات الجسائص ، دار 19 همة و النشر ،2007، ص112/111.

[5] محمد منير حجاب ،نفس المرجع سبق ذكره. ص51.

الفصل الثالث

1. أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية العامة :

لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في حياة العامة، فقد لامست تطبيقاتها وخدماتها جميع نواحي الحياة للملايين من البشر على اختلاف لغاتهم وثقافاتهم وعقائدهم، ولم تكتفي بالتأثير على مجريات حياتهم فقط، بل امتد تأثيرها ليشمل مناحي الحياة الاقتصادية والإعلامية والثقافية وغيرها، ولكن أهم تلك التأثيرات وأوضحها في مناحي الحياة العربية خصوصا.

كان تأثيرها على مناحي الحياة السياسية العامة في مختلف الأقطار العربية، بل تعدى تأثيرها بعض ملامح التغيير أو المطالبة بالإصلاح، ليؤدي دورا محوريا في تغيير المناخي المتخذة في صناعة القرار السياسي العربي، ولتصبح مواقع التواصل الاجتماعية لاعبا أساسيا في الحلقات السياسية الحكومية.

فمواقع التواصل الاجتماعي لم تأثر على مناحي الحياة السياسية، من خلال أدواتها الإعلامية التي ذكرناها فقط، والتي لها دور في تفتح آفاق المشتركين بها سياسيا وعملت على تثقيفهم بحقوقهم، وأوحت لهم الأمل بالديمقراطية، وكشفت لهم حقائق عديدة حجبتها عنهم وسائل الإعلام الرسمية، ليصبح لهم منبر حر لتبادل الآراء ونشر الأفكار بحرية بعيدا عن قيود السلطات القمعية[1]

[1] سمر محمد الدريملي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة، أطروحة مقدمة استكمال شهادة الماجستير في برنامج دراسات الشرق الاوسط، جامعة الازهر، غزة كلية العلوم الإنسانية قسم التاريخ، 2013. ص30

2. أثر مميزات مواقع التواصل الاجتماعي الداعمة للنشاط السياسي:

توفر مواقع التواصل الاجتماعي بخدمتها المتنوعة وأدواتها العديدة، مميزات فريدة تدعم وتشجع النشاط السياسي مما أثر على الحياة السياسية العامة عبر تلك المواقع وعلى الأرض في آن واحد، وذلك من خلال الآتي:

زيادة الوعي السياسي : فمن خلال الاطلاع على معلومات أو أخبار كاشفة للحقائق، وبمجرد المشاركة بحوارات مع أشخاص ينعمون بحرية الرأي والتعبير دون قيود، ومجرد الحوار والتعرف على سياسيين وحقوقيين ومناضلين وغيرهم عبر صفحات التواصل الاجتماعي، كل ذلك يساهم في تفتح الأفاق لأشخاص كانوا تحت تأثير التنويم المغناطيسي للسلطات الحكومية وأبواقها الإعلامية، فاستيقظوا من سباتهم العميق على أصداء الحرية، ومفاهيم الإصلاح الشامل، فاستوعبوا حقوق وواجبات كما العديد من الأشخاص الذين يعرفون عبر شبكتهم في الدول الديمقراطية، فصاروا أكثر وعيا بتلك الحقوق وانضموا للحركات السياسية المطالبة للإصلاح والتغيير لمستقبل أفضل، لهم ولأبنائهم.

التشجيع على المشاركة بالنشاطات السياسية والانتخابية : فقد أثبتت الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك ا، تزيد من اهتمام المشتركين بالحياة السياسية، بل وتشجعهم على الانخراط بها، إما من خلال المشاركة بالفعاليات التي تنظم عبر تلك المواقع أو المشاركة بالانتخابات المحلية الخاصة بهم، مما عمل على تنشيط الحراك السياسي الراكد في العدد من الدول المختلفة والقمعية، وساهم في انخراط الماليين من الشباب الذين ملوا من الكذب والنفاق السياسي الرسمي، وأبواق المعارضة التقليدية المتواطئة سرا مع الأنظمة الحاكمة مقابل اقتسام الغنائم، وانخرطوا

تحت راية المجتمع الالكتروني الواحد والمطالبة بالتغيير نحو عالم أكثر حرية وديمقراطية ومساواة وعدالة اجتماعية واقتصادية[1].

توفير تطبيقات داعمة لخصوصية النشاط السياسي : فمن خلال خدمات كتكوين المجموعات الخاصة على مواقع التواصل، وكذلك توفير خطوط تواصل آمن مثل برامج سكايب أو المحادثات الخاصة عبر الفايسبوك أو تطبيقات الرسائل بخوادم الاتصال التابعة لمؤسسات الاتصال الرسمية في الدولة، بل ترتبط بخادم شركة بالك بيري في كندا، وغيرها من خدمات حافظت على سرية الحراك السياسي والنشاطات المطالبة بالتغيير، وخاصة مع استخدام بعض من مناضلي السياسة الاسم المستعار، وذلك للمزيد من الحماية ضد رقابة الأجهزة القمعية، كما استخدمها مشعلي الثورات العربية عبر تلك المواقع، وهذه التقنيات سهلت من مهمتهم في حشد تأييد الجماهير بسرعة وكفاءة وفي غفلة عن رقابة الكثير من النظم العربية والتي تعودت أجهزة الأمن فيها على الاعتماد على وسائل الرقابة التقليدية والتي لا تنفع عادة مع تطبيقات التواصل الاجتماعي، مما أثبتت تفوق الأخيرة في تخطي العقبات الأمنية

وسائط الاتصال الجديدة و العمل السياسي: طرح كل **Tufekci and Wilson** من سولا مفاده ، هل تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دورا في السلوك السياسي، و في دراسة قام بها **Pablo Barbera and Thomas Zeitzoff**حول أسباب اعتماد قادة الرأي العام على شبكات التواصل الاجتماعي ، توصلت إلى مجموعة نتائج أهمها ،إن هذه الشبكات تعزز النشاط السياسي من اجل تحقيق أهداف السلطة ،واستخدامها أيضا في الدعاية وأوقات الحمالات الانتخابية بغية الوصول إلى اكبر شريحة من الجمهور ،كما إن تبني قادة الرأي العام بهذه

[1] خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس ، ط1 ،عمان الأردن، 2013 ،ص 161

الشبكات يزيد من صورة الشفافية و الديمقراطية لهولاء القادة لدى عموم المستخدمين و يعود اهتمام رؤساء العالم بهذه الشبكات أيضا كنتيجة لمواكبة التطورات التكنولوجية و عدم البقاء بعيد عنها خاصة في ظل تواجد كبير للأفراد و الجماهير على هذه الشبكات[1] .

أدرك القادة العالم منذ زمن بعيد أهمية التواصل مع الشعوب من اجل تحسين صورتهم و الحفاظ على الحكم ، و على سبيل المثال قام أباطرة روما بصنع قطع نقدية تبرز فيها صورهم و تمجد فيها انتصاراتهم ، و يعتبر ذلك شكل من أشكال الدعاية ، و منذ ذلك التطورات الأساليب و اختلفت الأدوات لتعزيز حضور الحكام السياسي ،و مع تطور التكنولوجي و بروز شبكات التواصل الاجتماعي ، التي عطلت ما يسمى الاتصال النازل من أعلى إلى أسفل ،و كما فسرها بعض الباحثين كتحرير التكنولوجيا حيث أصبحت السلطة في يد الشعب ، و تشكل نظام ديمقراطي جديد يزيد فيه كثير من تأثير الأفراد على قرارات الدولة ،ذلك إن هذه التكنولوجيا فرضت على البشرية توجها عكسيا ، فهي تسير اليوم تدرجيا نحو عهد الديمقراطية المباشرة التي عرفها الإغريق قبل نحو 25 قرنا ، و هي أقدم صورة ديمقراطية التي كانت قائمة في بلاد اليونان [2]

و في مواجهة تراجع اهتمام المواطن بالمشاركة في الحياة السياسية الديمقراطية و تراجع الثقة في السياسيين و ممثلي الأحزاب و مسئولي الحكومات ، ركز العلماء الاجتماع و السياسة في عدد من البلدان اهتمام متزايدا على استخدام الاتصال عبر الانترنت لمعالجة هذا العجز إمكانية عودة العلمية الديمقراطية ،و أدى ظهور الويب التفاعلي 2.0 ، و ما نتج عنه من وسائط جديدة ، كالمدونات ، و

[1] Thomas Zeitzoff,Pablo Barbera ,**The New Public Address System**: Why Do World Leaders Adoot Social Media http://pablobarbera.com/statie/worldleaders,paper,pdf ,date of access:20/06/2021.

[2] محمد لعقاب ،**تاثير الانترنت على العمل السياسي ن اوباما نموذجا** ، دار الصباح الجديد ، الجزائر ،2009 ، ص 24

شبكات التواصل الاجتماعي ، و مواقع تبادل الصورة و الفيديو ،حيث يجري استخدام هذه الوسائط ، بشكل متزايد في الاتصال السياسي من خلال الحملات الانتخابية ، و كذلك لإشراك المواطنين المستمر فيما يسمى الديمقراطية الالكترونية أو حكومة 2.0[1] .

فعلى مدى السنوات الثماني الماضية ، أصبح فيسبوك القناة المفضلة لإشراك المجتمع المحلي مع قادة العالم ،فالعديد من السياسيين اكتشاف قنوات وسائل الإعلام الاجتماعية خلال الحملات الانتخابية ، مثل صفحة براك اوباما ، التي أنشئت في أواخر عام 2007 كأداة انتخابية لعضو مجلس الشيوخ السابق اليوني ، و منذ ذلك الحين أصبح وجود الفايسبوك جزاءا لا يتجزأ من أي حملة سياسية وسائل الإعلام الاجتماعية وواحدة من أفضل الطرق للتعامل مع الناخبين المحتملين و المواطنين .

ففي دراسة قامت بها مؤسسة حول استخدام قادة العالم لموقع الفايسبوك و تشكلت العينة من 87 رئيس دولة و 82 رئيس وزراء و 51 وزير خارجية ، فقد تصدرت صفحة الرئيس الأمريكي السابق باراك اوبما بأكثر من 46 مليون معجب ، يليه رئيس وزراء الهند بأكثر من 31 مليون معجب ، و في المرتبة الثالثة الرئيس التركي طيب رجب اوردوغان بأكثر من 7 ملاين معجب ، و قد حل رئيس اندونيسيا في المرتبة الرابعة بأكثر من 6 ملاين متابع ، إما الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي فيوجد أكثر من 5 ملاين معجب لصفحته ، في حين حصلت الملكة رانيا على أكثر من 5 ملاين معجب في صفحتها على الفايسبوك و تعتبر صفحة رئاسية الجمهورية الدومينيكان الفايسبوك الصفحة الأنشط في عينة الدراسة بمعدل أكثر من 27 منشور يوميا ، في حين حصلت صفحة رئيس الوزراء

[1] محمد لعقاب، المرجع السابق ص 25.

الهندي على المرتبة الأولى من حيث تفاعل المعجبين مع صفحته حيث نسبة بمقدار 250 مليون تفاعل خلال سنة 2015.[1]

و لقد لعب الوسائط الاتصال الجديدة ، دورا كبيرا و حاسما في الانتخابات الرئاسية الأمريكية بين كل من المترشحين دونالد ترامب الرئيس الأمريكي و هيلاري كلينتون ، حيث كانت أداة استقطاب و الدعاية من كلا المرشحان ، و في هذا الصدد صرح الرئيس الأمريكي دونالد ترامب بعد فوزه بالانتخابات الرئاسية الأمريكية لقناة فوكس نيوز: لولا تويتر و فايسبوك ما كنت هنا على ما اضن ، ويضيف أيضا عندما يقول أمورا لا تغطيها الصحافة بالشكل الصحيح ، تويتر وسيلة ممتازة بالنسبة لي لأنني قادر على تمرير رسالتي و قال أيضا معظم وسائل الإعلام غير نزيهة عدما يكون هناك حوالي 100 مليون شخص يتبعونني على تويتر و أيضا فايسبوك و انستغرام . لدي وسيلة إعلامية خاصة بي [2]

3. دور وسائط الاتصال الجديدة في تكوين الرأي السياسي في العالم العربي :

لقد كان هناك جدل واسع حول دور وسائط الاتصال الحديثة في تكوين الرأي السياسي , لكن هناك إجماعا ناشئا بأن كل ما جرى في معضم الدول العربية جاءت نتيجة للظلم الممتد الذي تعرضت له قطاعات واسعة من سكان تلك الدول وكان سيحدث في كافة الأحوال في مرحلة ما، ولكن الإعلام الاجتماعي لعب دورا حيويا في العديد من الجوانب نذكر منها :

[1] Burson Marsteller : **World Leaders on Facebook Exzcutive Summary**.2016.

[2] Rachel K ,Gibson ,Ian McAllister :**How the internet is Driving the Political Knowledge Gap** ,paper perssed presentation at the Anuual Meeting of the A merican Political Science Association , 2011 ,P:7.8.

جهز الأرضية للثورات عن طريق التأثير على الرأي العام وخلق شبكات على الإنترنت تضم الناس المتشابهين في طريقة التفكير؛ فقبل سنوات من اندلاع مظاهرات 25 يناير (كانون الثاني) في مصر، يقول فارس إن النشطاء الرقميين كانوا يستخدمون الإعلام الاجتماعي «لجمع الناس الذين يحملون وجهات النظر نفسها حول النظام وينظمون المظاهرات ويبنون حركة يمكن نشرها في أوقات الأزمات لمواجهة النظام». وكان معظم هؤلاء الناشطين، الذين كانوا يكتبون المدونات في البداية، يخلقون «فضاء عاما بديلا» يمكن عن طريقه المعارضة ومشاركة المعلومات «كوسيلة لمناورة بني الدولة السلطوية[1].

ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي على إبراز دور الجماهير العربية و تفوقها على قيادتها إذ ساهمت هذه الشبكات في انطلاق انتفاضات و احتجاجات الشعبية من القاعدة لا من القمة ,أي من الجمهور لا من القيادات و امتلكت أدوات تفاعل غير مسبوقة لدرجة أمكن القول أنها تجاوزت قدرات الدولة على قمعها ,كما أدت وسائط الاتصال الجديدة دورا مركزيا في التنظيم و التنسيق و تنفيذ المظاهرات , إذ قامت هذه الوسائط بتنسيق التواصل بين القيادات الميدانية , و الفئات المشاركة في الحملات الاحتجاجية , كما أصبحت بمثابة أدوات التواصل و التشابك و التنسيق , كما عملت شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل عقل جمعي عربي , تشكلت ملامحه في استنساخ آليات و مطالب الاحتجاج و نقل الخبرات عبرها في مواجهة الأنظمة الاستبدادية , الأمر الذي أدى إلى وجود اتفاقا و تنسيقا في بعض آليات التغيير , كاستنساخ الشعارات المطالبة بإسقاط النظام .[2]

[1] ميرفي كاريل : جيل التويتر,شباب الربيع العربي بعد صياغة مستقبله ,مجلة العرب الدولية العدد 1568, لندن 2011 ص 34

[2] احمد عبد الله جبار : دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي ,مجلة العلوم السياسية ,العدد 44 ,العراق 2012, ص 216

4. نماذج عن استخدام وسائط الاتصال الجديدة في تكوين الرأي العام السياسي في العالم العربي :

النموذج التونسي :

كان إحراق محمد البوعزيزي نفسه في 17 ديسمبر 2010, ثم وفاته بحروق في 4 جانفي 2011 الشرارة التي أطلقت سلسلة من الشرارات متتابعة لم تلبث أن تحولت إلى حالة احتجاج خلال أيام فقط , هذا الأخير الذي تعرض إلى موجة من الظلم و القمع من طرف رجال الأمن سيدي بوزيد.[1]

حيث لم يتناول الإعلام التقليدي القضية بشكلها الكامل و كان للفا يسبوك دور فعال في فك الحصار ألان الصحف في الأسبوع الأول لم تتطرق إلى سيدي بوزيد و كانوا يعتقدون أن الدخان النابع عن الاحتجاجات تحدث في منطقة أخرى غير سيدي بوزيد , لولا علم أهالي المنطقة و خلال فترة النشاط السياسي على الفايسبوك تم الوصول إلى التوقيع بالأسماء الحقيقية المسؤولة عن قتل محمد البوعزيزي , فكان للفايسبوك دور في كسر حاجز الخوف و أصبح الناس ينشطون عن طريق إيصال مواقع الفيديو و مشاركتهم بالأسماء الحقيقية و هذا تطور مهم و متغير جديد ,فوسائط الاتصال الجديدة هي جزء من الواقع الجديد الذي يجري فيه العمل السياسي. [2]

وعبر المدونات والرسائل النصية، عايش التونسيون ما سماه عالم الاجتماع ماك أدم McAdamالتحرر المعرفي، فبتعاطفهم مع البوعزيزي، أدركت شبكات الأهل والأصدقاء انها تتشاطر

[1] نعمة أديب، الدولة الغنائية والربيع العربي، دار الفارابي_لبنان، 2014، ص47.

[2] عزمي بشار : الثورة التونسية المجيدة , بنية الثورة من خلال يومياتها,المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات , قطر 2012, ص 150

المظالم المشتركة أيضا. وحقق هذا الإدراك هدفه مع مشاهدة الناس مقاطع الفيديو على موقع اليوتيوب التي تظهر الدولة التعسفية، وتبادلهم النكت حول رئيسهم الدكتاتوري الآخذ في التقدم في السن عبر الرسائل النصية القصيرة، وبتواصلهم بطرق لا يمكن للدولة السيطرة عليها، استخدم الإفراد وسائل الإعلام الرقمية للتوصل إلى استراتيجيات عمل تمكن من تحقيق هدف جامعي يتمثل في التخلص من الطاغية[1]

وفي نفس السياق جاء في دراسة قامت بها مجلة الإيكونيميست، والتي توصلت إلى نتيجة مفادها وجود علاقة إيجابية بين انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وعدم الاستقرار السياسي في الدول العربية، فحسب أحد الناشطين التونسيين أن الثورة في تونس لم تكن لتقم بدون الفيديوهات والصور المتبادلة عبر شبكات التواصل الاجتماعي[2]

لقد خرق المدونون والمدونون للحصار الإعلامي الذي فرضه النظام التونسي منذ عقود، بمنعه لإيصال المعلومات للناس ولوسائل الإعلام الجماهيرية، فالمدونون لم يكتفوا بالجلوس أمام الحاسوب بل نزلوا إلى الميدان لأخذ الصور وإنتاج الأفلام وجمع الشهادات من الناس، ثم نقل أخبار المظاهرات والاشتباكات مع أجهزة الأمن وتوزيع ونشر صور القتلى والجرحى أولا بأول عبر شبكات التواصل الاجتماعي، التي أصبحت المصدر الأساسي للمعلومات بالنسبة للفضائيات ووسائل الإعلام العالمية،

[1] Philip N. Howard and, Muzammil M. Hussain: op.cit, p: 18.19

[2] The Economist Magazine: Arab Revolution – Economist Shoe-thrower's Index, http://globalsherpa.org/arabcountries-revolution-index-ranking/, date of access: 12/04/2015.

ومن هنا لا بد من التأكيد على دور تكنولوجيا المعلومات في تأجيج الحماس بين المنتفضين والمحتجين[1]

كما سمحت شبكات التواصل الاجتماعي بنشر السريع للمعلومات الاحتجاج وسائل الإعلام وضمان وصول الجمهور. فقد قام مغني ألراب التونسي المدعو: الجنرال، بتسجيل أغنية معارضة بعنوان: رئيس البلاد، تعرض فيها للظلم والقهر الذي يعيشه التونسيون في ظل حكم الرئيس التونسي بن علي، وكان ظهور هذه الأغنية في عز أيام الاحتجاجات، وعلى الفور تم اعتقاله من طرف الأمن التونسيين إلا أن أغانيه لا يمكن منع توزيعها أو الاستماع إليها، بعدما أصبحت متاحة ومنتشرة على شبكات التواصل الاجتماعي ، فاللافت أيضا هو مساهمة الإعلام الجماهيري والمنتديات الاجتماعية ووسائل الاتصال الحديثة، بنقل المعلومة ومقاومة سياسة الحجب، خاصة عن طريق الهواتف الجوالة والانترنيت والنشاط النضالي الدؤوب لرجال الخفاء وراء الحواسيب والقدرة العجيبة على التأثير والتحكم والتوجيه للرأي العام[2]

ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تونس إلى حد كبير في تجاوز الحدود الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية، وسهلت التفاعل والتواصل بين النخبة وفقراء الريف والطبقة الوسطى

النموذج المصري :

مقدمات ثورة 25 يناير مباشرة وبعيدة المدى، أي ينتمي بعضها إلى السنوات القليلة السابقة للثورة وينتمي بعضها إلى سنوات أبعد وأطول، ومن المفهوم أن مقدمات الثورات لا يمكن أن ينفصل

[1] لشبكة العربية للدراسة الديمقراطية : الربيع العربي ثورات الخلاص من الاستبداد , دراسة حالات,شرق الكتاب,لبنان2013 ص 33.34

[2] زهير الخويلدي : الثورة العربية و إدارة الحياة ,مقاربة فلسفة ,ط1 الدار التونسية للكتاب,2011, ص21

عن بعضها البعض، فهي مقدمات تكون مترابطة الأركان مهما تنوعت وتعددت في مقدمات اقتصادية ومقدمات اجتماعية وأخرى سياسية وثقافية، ذلك أن قانون الترابط يقوم بعمله بامتياز بين هذه المقدمات المتنوعة صانعا منها سبيكة من المقدمات الصانعة لتراكم الغضب والخبرة الوعي والمقدمات الصانعة للتراكم الثوري[1]

فنجاح الثورة التونسية في إزاحة الرئيس زين العابدين بن علي، كان له أثر كبير في اندلاع الثورة المصرية، وأثبتت الثورة التونسية أن الشعب قادر على التغيير، وكان هذا الدرس الذي جسدته الثورة التونسية يتراءى أمام أعين المصريين الذين عانوا ظروفا مشابهة لتلك التي مر بها الشعب التونسي، مع زيادة جرعة القمع واتساع مساحات الفقر والتهميش السياسي والاجتماعي، حيث لم تنجح نغمة مصر ليست تونس التي راح يرددها أقطاب النظام ومنظومته الإعلامية[2]

وعلى إثر ذلك تم تدشين صفحة على الفيسبوك باسم : كلنا خالد سعيد، الشاب الذي كانت له نفس قصة الشاب التونسي بوعزيزي الذي مات اثر قمع رجال الشرطة كان لهذه الحركة دور هام وفعال في الدعوة والمشاركة في احتجاجات 25 جانفي 2011 [3]

كان من أهداف الصفحة عدم المواجهة العنيفة ضد الأمن و من الأثر الذي تركة موت خالد سعيد قام جميع الشباب المصري بتغيير صور البروفايل الخاصة بهم على الفيسبوك بصورة خالد سعيد، ثم أرسلوا في لحظة واحدة طلبات صداقة لكل ضباط الشرطة ممن يمتلكون حساب على موقع الفيسبوك، حيث أصبحت صفحة **كلنا خالد سعيد** أكبر محطة التقاء، حيث أصبحت خلال أيام أنشط

[1] زهير الخويلدي ،مرجع سابق ،ص 32.

[2] نهاد ابو القمصان، ص

[3] عزمي بشارة : ثورة مصر من جمهورية بولي والى ثورة يناير , المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ,لبنان 2016 ص 352

وأكبر صفحة على الفيسبوك، وقد ساعد على نجاح الصفحة أيضا القواعد الصارمة التي وضعها القائمون على الصفحة، وأجواء الديمقراطية بين أعضاء الصفحة مما جعل كل فرد على الصفحة يشعر بأنه له دورا قيادة وليس تابعا [1]

كان لصفحة كلنا خالد سعيد دورا مثبتا واضحا في فرض قصية التعذيب وعنف الأمن على أجندة وسائل الإعلام، كما نجحت الصفحة في تنظيم بعض المظاهرات والوقفات الاحتجاجية التي تتجاوز المشاركة فيها ناشطي حركات المعارضة المعروفين حيث طالب المحتجون بسقوط نظام مبارك، وامتلك الشباب المؤسسون للصفحة خلفية معرفية وكمية عن جرائم التعذيب، واهتمت الصفحة بدرجة الأولى بقضية خالد سعيد، ومن ثم عملت على نشر فضائح التعذيب والتحرش الجنسي وكل ما له علاقة بالفساد والإجرام، حيث كان للصفحة دور كبير ومهم في تسيس الشباب المهتم حديثا بالسياسة، خصوصا في المحافظات البعيدة عن القاهرة والإسكندرية[2]

كانت ثورة مصر ثورة وسائط اتصال إلى حد كبير ، وقد لعبت وسائط الاتصال الجديدة وموقع فيسبوك وتويتر بشكل خاص دورا فاعلا في الانتفاضة الشعبية المصرية، والتي أدت في الأخير إلى خلع الرئيس المصري حسني مبارك، حيث كشف تقرير أعدته شركة تكنووايرلس، المتخصصة في التسويق الإلكتروني، وشبكات الهاتف المحمول، أنه حدث ز يادة في متصفحي ومستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص، وأنه حدث تغييرات في نمط اهتمامهم لمحتويات الانترنيت، فقد تزايدت فترات استخدام شبكات الانترنيت، إذ أصبح المتصفح يقضي 1800 دقيقة شهر بعد ثورة 25 جانفي 2011 ،في حين كان يقضي قبل الثورة 900 دقيقة، ووصل عدد مشاهدي اليوتيوب خلال

[1] نهاد ابو القمصان، مرجع سابق ص

[2] عزمي بشارة : ثورة مصر من جمهورية بولي والى ثورة يناير , المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ,لبنان 2016 ص 353

الأسبوع الأول من الثورة 7.8 مليون مشاهد فالحراك الاجتماعي في مصر لم يكن تلقائيا، إذ هو استند إلى Facebook

5. دور وسائط الاتصال الجديدة في التغير السياسي في الجزائر سنة 2011 :

يرى العديد من الملاحظين إلى الاعتقاد أن الجزائر لم تعش التجربة التونسية أو المصرية و غيرها فقط لان الفضاء الافتراضي بكل وسائله، لم تؤد دورا يذكر في الجزائر فيما يتعلق بقدراتها على التعبئة السياسية، و لم تنجح في احتواء و تجميع الإرادة و توجيهها على شاكلة ما حدث في بعض الدول العربية ،باعتبار أن الجزائر لا يوجد بها بما يسمى : جيل الفايسبوك و تويتر، و كأنه يكفي وجود هذه الفضا ءات لتحدث الثورة ، بشكل حتمي في حين يرى موقف أخر أن حال الجزائر لا يختلف عن حال باقي الدول العربية التي شهدت مجموعة من الاحتجاجات ، و إن هذه الثورات لا يمكن تفسيرها إلا في سياق ظروفها السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية و الاجتماعية و بالتالي فدور الشبكات الاجتماعية، ما هو إلا دور مساهم و مسرع للأحداث لا غير .

بالنظر إلى الاعتقاد الأول نجد فعلا أن البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ولدت مشاعر اليأس والسخط التي دفعت التونسيين و المصرين، في تظاهرات مماثلة، و لم يكن المحتجون الجزائريون من بين أمهر البارعين في التكنولوجيا في المنطقة.[1]

وهو يقصد بذلك ليس الاستخدام بقدر ما يقصد أن البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجزائر كانت عاجزة إمام جموع الشباب و رغبتهم في التعبير عن أرائهم ، فبالرغم من أن الجزائر

[1] مصطفى مجاهدي: الشباب الجزائري والتعبئة السياسية عبر فضاءلت الحوار الافتراضي في ظل موجة الاحتجاجات، مجلة إنسانيات، العدد55، 56 ، الجزائر 2002 ، ص68.

سعت إلى الاستفادة من خدمات شبكة الانترنت و ذلك من خلال شهر مارس من عام 1994 م، عن طريق مركز البحث و الإعلام العلمي و التقني cerist الذي انشأ في شهر مارس سنة 1986 من قبل وزارة التعليم العالي و البحث العلمي، و كان من مهامه الأساسية آنذاك ، العمل على إقامة شبكة وطنية و يربطها بشبكات إقليمية و دولية .[1]

إلا أن ذلك لم يتبلور من حيث نسبة الاستخدام و التغلغل في كامل تراب الجزائر حيث بلغ عدد مستخدمين في الجزائر سنة 2011 حوالي7.767.641 مستخدم إجمالي عدد سكان الجزائر الذي بلغ 37.100.00 مليون في حين تعاني الجزائر من تأخر في قطاع تكنولوجيا الإعلام و الاتصال مابين 5 إلى 10 سنوات حيث تعتبر الجزائر متأخرة نسبيا مقارنة مع تونس و مصر في البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال .

بالمقابل فالجزم بعدم وجود دور مساهم للشبكات الاجتماعية في مرافقة تلك الاحتجاجات التي شهدتها الجزائر سنة 2011 ،يعتبر أيضا مخالفا للواقع، حيث يرى الأكاديمي محمد لعقاب أنه في سنة 2011 خرج الشباب إلى الشوارع محتجين ومعبرين عن غضبهم بسبب ارتفاع الأسعار، حيث لعبت الشبكات الاجتماعية دورا كبيرا في التعبئة، حيث ارتفع عدد مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية في الجزائر وخاصة موقع فيسبوك بنسبة كبيرة، حيث وصل العديد سنة 2010 إلى 280.413.1 مستخدم، ليرتفع عدد المستخدمين سنة 2011 إلى 900.947.1 مستخدم.[2]

[1] ابراهيم بختي : الانترنت في الجزائر، مجلة الباحث، العدد..1، الجزائر، 2002ص31.

[2] محمد لعقاب المواطن الرقمي, كيف ساعدت التكنولوجيا المعلومات في الثورات العربية, دارهومة, الجزائر,2011 ص66

الإطار التطبيقي

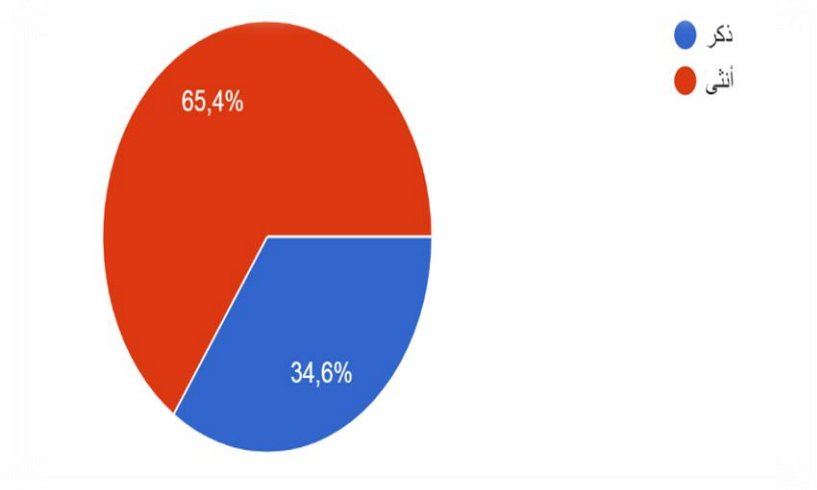
1. التحليل الكمي والكيفي للنتائج:

- **المحور الأول: البيانات الشخصية:**

ساعد البيانات الشخصية الباحث التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين وخلفياتهم وكثيرا ما يعتمد كمؤشر في تحليل البيانات والمعطيات الميدانية حيثما تقتضيه متغيرات الدراسة وأهدافها، كما كان عليها في دراستنا التي اعتمدت على تحليل فرضية انطلاقا من المؤشرات والبيانات الشخصية للمبحوثين ولهذا فهي على جانب كبير من الأهمية إذ ينذر أن نصادق بحثا ميدانيا لم يتخذها إطار موجها له ومن هذا متعلقة المنطلق اشتملت استمارة هذه الدراسة على محور خاص بالبيانات الشخصية مع ثلاث متغيرات بالسن، الجنس، والمستوى التعليمي.

الجدول رقم1: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة
الذكور	18	%34,6
الإناث	34	%65,4
المجموع	**52**	**%100**

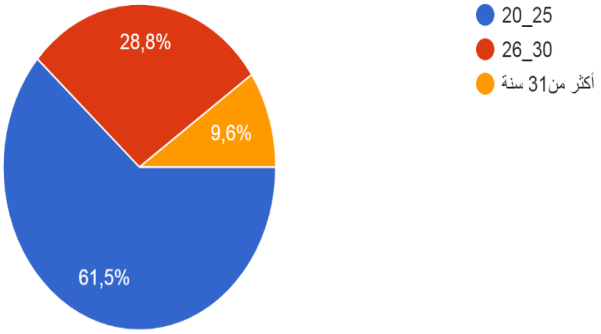


الشكل رقم1:دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

- يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس، حيث بلغت نسبة الذكور منهم 34,6% بينما قدرت نسبة الإناث ب 65,4%

الجدول رقم2: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن.

السن	التكرار	النسبة
25_20	32	%61,5
30_26	15	%28,8
من 30 فما أكثر	5	%9,6
المجموع	**52**	**100**

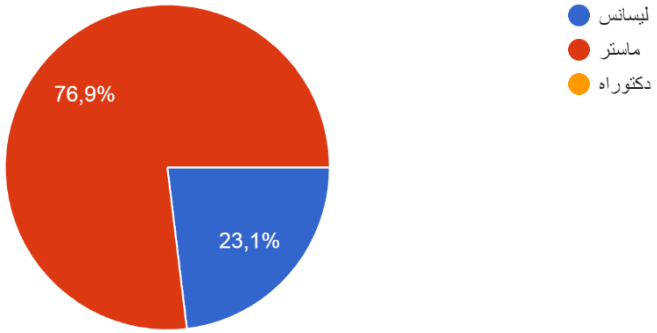


الشكل رقم 2: دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

– يعد تحديد السن من أهم محددات خصائص العينة المدروسة وذلك راجع إلى أنك لمرحلة عمرية لها اهتمامات وحاجات محددة وميولات معينة وآراء مختلفة عن مرحلة عمرية أخرى وانطلاقا من الجدول نلاحظ أن الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 20 إلى 25 سنة يشكلون النسبة الأكبر والتي تقدر ب 61,5% بينما تأتي في المرتبة الثانية الفئة العمرية ما بين 26 إلى 30 سنة بنسبة 28,8% في حين تحتل فئة الـ 30 سنة فما فوق المرتبة الثالثة بنسبة 9,6%

الجدول رقم 3: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الجامعي

المستوى الجامعي	التكرار	النسبة
ليسانس	40	%76,9
ماستر	12	%23,1
دكتوراه	0	0
المجموع	**52**	**%100**



الشكل رقم 3: دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي

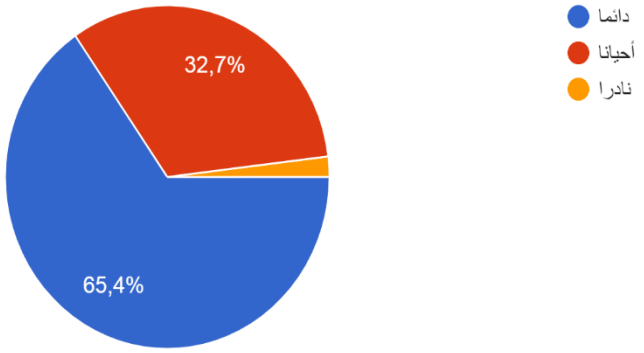
– تؤثر الدرجة العلمية بصفة كبيرة على درجة الوعي بأهمية الأفكار والمعلومات المتداولة في موقع فيسبوك ويتوزع أفراد العينة بحسب الدرجة العلمية الى3 فئات (ليسانس– ماستر– دكتوراه) حيث تمثل درجة الليسانس نسبة 23,1% والماستر نسبة 76,9% أما الدكتوراه فلم نسجل منها أي فرد من العينة.

- **المحور الثاني: دوافع وعادات استخدام الفيسبوك**

جدول رقم 4: مدة استخدام موقع فيسبوك.

الإجابة	التكرار	النسبة
دائما	34	%65,4
أحيانا	17	%32,7
نادرا	1	%1,9
المجموع	**52**	**%100**

يكشف الجدول أن34 فردا من العينة يستخدمون الفايسبوك دائما وهي النسبة الأكبر من العينة. بينما يستخدم 17 فردا الفايسبوك أحيانا وفرد واحد يستعمله نادرا.

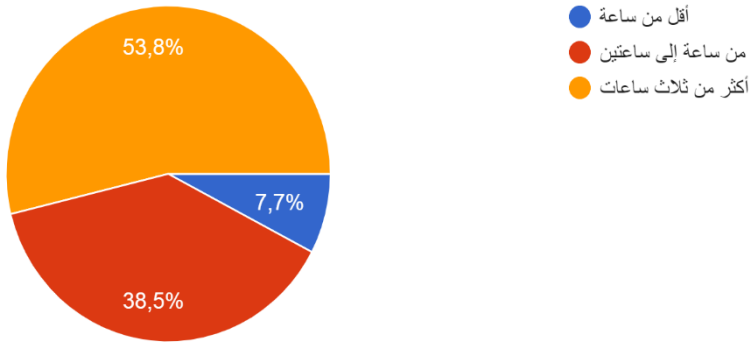


الشكل رقم4: دائرة نسبية توضح مدة استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك

– يلعب الوقت الذي تشغله أفراد العينة على موقع الفايسبوك دورا هاما في تشكيل الرأي السياسي لديهم إذ كلما زاد الوقت زاد معه الكم المعرفي للفرد وينقسمون إلى 3 فئات. الفئة المستخدمة للفايسبوك بشكل دائم والتي تمثل أكبر نسبة بـ65,4% بعدها الفئة الثانية والتي تستخدم الفايسبوك أحيانا بنسبة 32,7% والفئة الأخيرة التي تستخدمه بشكل نادر قدرت بـ1,9%.

الجدول رقم 5: معدل التصفح لموقع الفايسبوك

الإجابة	التكرار	النسبة
اقل من ساعة	4	%7,7
من ساعة إلى ساعتين	20	%38,5
أكثر من ثلاث ساعات	28	%53,8
المجموع	**52**	**%100**

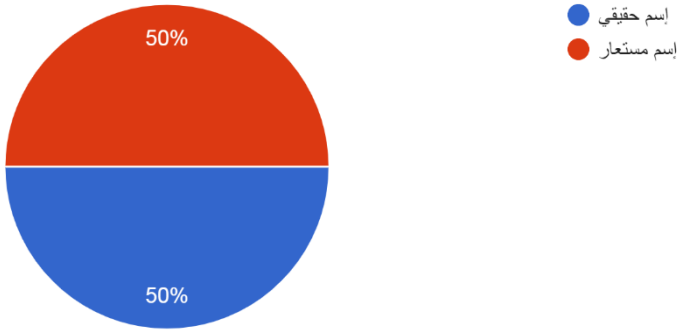


الشكل رقم 5: دائرة نسبية توضح ساعات تصفح أفراد العينة لموقع الفايسبوك يوميا

– يبين الجدول الوقت الذي يخصصه المبحوثين لتصفح موقع فيسبوك،حيث احتلت فئة أكثر من ثلاث ساعات أعلى نسبة قدرت ب 53,8% وهذا يرجع إلى أن هؤلاء المبحوثين كثيرا ما يترددون على موقع فايسبوك منجهة ومنجهة أخرى كون المبحوثين أصبحوا على اتصال دائم بموقع فيسبوك من خلال توفر تكنولوجيا التي تتميز بالسهولة في الاستخدام وكذا سهولة نقلها. كالهاتف الذكي، كما أنها تشير إلى أن هؤلاء المبحوثين أصبحوا يعتمدون على الفيسبوك كثيرا للاطلاع على المستجدات وانتقاء المعلومات فتطول الفترة إلى أكثر من ساعتين بينما احتلت إجابة من ساعة الى ساعتين نسبة 38,5% وهل اقل مقارنة بالنسبة الأولى بينما فئة اقل من ساعة شكلت أضعف نسبة وهي 7,7% كون هذه الفئة ربما لا يملكون الوقت الكافي لتصفح الفايسبوك أو جراء التعب اليومي أو أنهم لا يريدون ذلك.

الجدول رقم 6: يبين استخدام الاسم الحقيقي أم المستعار

الاجابة	التكرار	النسبة
اسم حقيقي	26	%50
اسم مستعار	26	%50
المجموع	**52**	**%100**



الشكل رقم 6: دائرة نسبية توضح نسبة استخدام الأسماء الحقيقية أو الأسماء المستعارة

– يتيح الفايسبوك خاصية استعمال الأسماء الحقيقية والمستعارة وفي الجدول يتضح لنا تساوي بين المستخدمين للأسماء الحقيقية بنسبة 50% والأسماء المستعارة بنسبة50% وهذا راجع لاختلاف الآراء حول إظهار الهوية الحقيقية من عدمها بالإضافة لعدة أسباب أخرى.

الجدول رقم 7: يبين سبب استخدام الأسماء المستعارة على الفايسبوك

الإجابة	التكرار	النسبة
لتبدي رأيك بحرية	7	%22,6
لتجنب معرفة الآخرين لك	21	%67,7
كلاهما	1	%3,2
استعمل اسم حقيقي	1	%3,2
لا استخدم اسم مستعار	1	%3,2
المجموع	**52**	**%100**

– يكشف الجدول لنا عن أسباب استعمال أفراد العينة لأسماء مستعارة على موقع الفايسبوك ف 22,6% منهم يستخدمونه لإبداء رأيهم بحرية دون التعرض لضغوطات كشف هويتهم، و67,7% لتجنب معرفة الآخرين لهم و3,2% لكلا السببين.

الجدول رقم 8: استخدام موقع فايسبوك كمصدر للمعلومات السياسية

الإجابة	التكرار	النسبة
دائما	5	%9,4
أحيانا	36	%67,9
نادرا	12	%22,6
المجموع	**52**	**%100**

– يتضح من خلال المعطيات في الجدول أن اغلب المستخدمين يعتمدون أحيانا على موقع فايسبوك كمصدر للمعلومات كون انه يوفر لهم جميع المعلومات السياسية حيث أجاب المبحوثين بـ أحيانا بنسبة 69,7%، بينما كانت بعدها نسبة الذين أجابوا بـ نادرا 22,6% وهي الفئة التي لا تعتمد كثيرا على موقع فايسبوك كمصدر للمعلومات السياسية لتأتي بعدها نسبة الذين أجابوا بـ دائما بـ 9,4% وتعتبر هذه الفايسبوك كمصدر رئيسي أول في المعلومات السياسية.

الجدول رقم 9: سبب استخدام موقع فايسبوك كمصدر للمعلومات السياسية

الإجابة	التكرار	النسبة
الصدق	2	%3,8
السرعة والآنية	17	%32,7
حرية إبداء الرأي والمشاركة	13	%25
سهولة استخدامه	20	%38,5
المجموع	**52**	**%100**

– يتضح من خلال هذا الجدول أن النسبة الأكبر أجابت بان سبب استخدام موقع الفايسبوك كمصدر للمعلومات السياسية هو السرعة والآنية في نقل الأخبار والتي أصبحت إلزامية في وقتنا الحاضر بسبب التطور التكنولوجي وقدرت بنسبة 32,7% تليها من بعدها نسبة الذين أجابوا بسهولة استخدامه ب 28,5% وهو ما يظهر السهولة في التعامل واستخدام الفايسبوك بينما جاءت فئة حرية إبداء الرأي والمشاركة خلفهم بنسبة 25% مما يوضح سياسة الفايسبوك في حرية التعبير لتأتي أخيرا نسبة الذين أجابوا انه بسبب الصدق ب3,8% وهي النسبة الأضعف.

الجدول رقم 10: توصيل مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات السياسية الكافية لتشكيل الرأي السياسي لدى الأفراد.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	20	%38,5
لا	32	%61,5
المجموع	52	%100

– يوضح لنا هذا الجدول رأي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في إيصال المعلومات السياسية لتشكيل رأيهم السياسي وقدرت نسبة الإجابات بلا ب 61,5% بينما كانت الإجابات بنعم بنسبة 38,5%. فأكثر من نصف العينة أجابوا بأن الفايسبوك لا يكفي لإيصال المعلومات السياسية الكافية، بينما يرى البقية بأن مواقع التواصل الاجتماعي كافية لإيصال المعلومات السياسية وتشكيل الرأي العام السياسي لديهم.

الجدول رقم 11: دور الفايسبوك في زيادة الرأي السياسي

الإجابة	**التكرار**	**النسبة**
نعم	37	%71,2
لا	15	%28,8
المجموع	**52**	**%100**

– يبين الجدول إجابات أفراد العينة عن دور الفايسبوك في زيادة الرأي السياسي حيث يرى 71,2% منهم بأن الفايسبوك يلعب دور في تشكيل الرأي السياسي وهذا راجع لاعتمادهم على الفايسبوك كمصدر

لمعلوماتهم السياسية بينما يرى 28,8% منهم بأن الفايسبوك ليس له دور أساسي في زيادة الرأي السياسي.

- **المحور الثالث: مدى تأثير الفايسبوك على تكوين رأي العام السياسي لدى طلبة جامعة يحي فارس**

الجدول رقم 12: كيفية تأثير الفايسبوك على الرأي السياسي

الإجابة	التكرار	النسبة
تغيير رأيك اتجاه القضايا السياسية ايجابيا	14	%28
تغيير رأيك اتجاه القضايا السياسية سلبيا	15	%30
تثبيت رأيك اتجاه القضايا السياسية	21	%42
المجموع	**52**	**%100**

– تفحصا للبيانات المتحصل عنها حول كيفية تأثير الفايسبوك على الرأي السياسي نلاحظ بأن المبحوثين أجابوا بنسبة 42% بأن الفايسبوك يثبت رأيهم السياسي اتجاه القضايا السياسية وهي النسبة الأكبر بينما 30% أجابوا بتغيير الفايسبوك لرأيهم سلبا اتجاه القضايا السياسية وال 28% المتبقية أجابت بأنه يغر رأيهم اتجاه القضايا ايجابيا.

الجدول رقم 13: التشكيك في مصداقية الفايسبوك حول المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	32	%62,7
لا	5	%9,8
رأي اخر	15	%27,5
المجموع	**52**	**%100**

– من خلال الاطلاع على البيانات نجد بأن أكثر من نصف المبحوثين أجابوا بنعم على التشكيك في مصداقية الفايسبوك حول المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية حيث بلغت نسبة الإجابة 62,7% بينما أجاب 27,5% منهم بتبريرات أخرى تمثلت في أن المعلومات المنقولة من الجهات الغير رسمية وأنها أحيانا تحمل تزييفا معلوماتيا أو كذبا, إما الـ 9,8% المتبقية أجابوا بلا.

الجدول رقم 14: إمكانية الفايسبوك من عدمها في إغنائك عن اللجوء إلى وسائل الإعلام التقليدية للحصول على الأخبار المتعلقة بتكوين رأيك السياسي

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	30	%57,7
لا	22	%42,3
المجموع	**52**	**%100**

– هذا الجدول يوضح لنا هل الفايسبوك باستطاعته أن يغني المبحوثين عن اللجوء لوسائل الإعلام التقليدية للحصول على الأخبار المتعلقة بتكوين رأيك السياسي، أجاب 57,7% من المبحوثين بنعم بسبب

اقتناعهم وحصولهم على المعلومات الكافية من موقع فايسبوك لتكوين رأيهم السياسي، بينما يرى 42,3% بأن الفايسبوك لا يكفي للاغتناء عن وسائل الإعلام التقليدية.

الجدول رقم 15: مشاركة معلومات حول قضايا سياسية متحصل عنها من الفايسبوك

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	33	%64,7
لا	18	%35,3
المجموع	**52**	**%100**

– تفحصا للبيانات المتحصل عنها نجد بأن نسبة كبيرة من المبحوثين يشاركون القضايا السياسية المتحصل عنها من الفايسبوك حيث أجاب 64,7% من أفراد العينة بنعم وشكلت الفئة التي أجابت ب لا نسبة 35,3%. ليتبين لنا بأن أكثر من نصف المبحوثين يميلون إلى مشاركة ما يجدونه من معلومات ملمة بالقضايا السياسية المتحصل عنها عن طريق موقع الفايسبوك.

2. نتائج الدراسة:

بعد القراءة والتحليل والتفسير لنتائج الجداول وتساؤلات الدراسة وربطها بالدراسات السابقة والمداخل النظرية، يمكن إيجاز أهم نتائج الدراسة في النقاط التالية:

- **نتائج المحور الثاني: دوافع وعادات استخدام الفيسبوك.**

– الطلاب الجامعيين الذين يستخدمون موقع فيسبوك دائما قدروا ب 65,4%.

– يبلغ معدل الوقت المخصص لتصفح موقع فيسبوك لدى أفراد العينة (أكثر من ثلاث ساعات) بنسبة: 53,8%.

– يستخدم نصف الطلاب الجامعيين اسم حقيقي بنسبة 50% وباقي الطلاب اسم مستعار بنسبة 50% أيضا.

– يستخدم الطلاب الجامعيين اسم مستعار بنسبة 67,7% لإبداء رأيهم بحرية و22,6% لتجنب معرفة الآخرين لهم.

- **نتائج المحور الثالث: مدى تأثير الفايسبوك على تكوين الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة يحيى فارس**

– يستخدم أغلب الطلاب الجامعيين أحيانا موقع فايسبوك كمصدر لمعلوماتهم السياسية حيث شكلوا نسبة 67,9%.

– يستعمل الطلبة الجامعيين موقع فايسبوك كمصدر لمعلوماتهم السياسية بسبب سهولة استخدامه حيث أجاب 38,5%.

بذلك وبنسبة 32,7%بسبب السرعة والآنية.

– لا يستطيع الطلبة الجامعيين الاعتماد علو موقع الفايسبوك لتشكيل رأيهم السياسي بسبب إجابة 61,5% منهم بـلا.

– يستطيع الفايسبوك زيادة الرأي السياسي لدى الأفراد لأنهم أجابوا بنسبة 71,2% بنعم.

–غالبا ما يثبت الفايسبوك الرأي لدى مستعمليه اتجاه القضايا السياسية إذ أجاب أفراد العينة ب42% لتثبيت الرأي.

–62,7% يشككون في مصداقية الفايسبوك حول المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية.

– يمكن للفايسبوك أن يغنيك عن اللجوء لوسائل الإعلام التقليدية من خلال تقديم كل ما يقدم في وسائل الإعلام التقليدية وبأكثر سرعة وانية فأجاب المبحوثين بنعم بنسبة 57,7%.

– يشارك أفراد العينة في نشر القضايا السياسية المتحصل عنها من الفايسبوك بنسبة 64,7%.

خاتمة

خاتمة:

إذا كانت الدراسات التلقي أو الجمهور لم تلقى الاهتمام الكافي من طرف الدوائر الرسمية والأكاديمية، رغم التحسن في العقود الأخيرة على مستوى الكمي على الأقل، فان الاهتمام بعلاقة الإعلام الجديد ونخص بالذكر هنا موقع فيس بوك من خلال دوره في تنمية الفرد والمجتمع ليصبح من باب أولى لسببين رئيسيين:

- أن المسائل السياسية وقضايا الشأن العام هي المحرك وأساس الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على حد تعبير (الفارابي) الذي اعتبر السياسة بمثابة الرأس في الجسد، وبات الفرد أكثر وعي لهذه القيمة ولم تعد مسائل نخبوية، في ضل تعدد وسائل الاتصال الجماهيري.

- الوضع الجيوسياسي الذي تعيشه المنطقة العربية والدولية، الماثل أمامنا الذي يتميز بالحراك المدني، والذي كشف عن الدور الرئيسي لموقع الفيسبوك، وشاهد العالم كيف صنع حدث إنساني في دولة صغيرة في حجمها السياسي عربي وعالميا هي تونس كل هذه الأحداث التي عاشتها ويعيشها العالم في ضل خيط رفيع بين المحلي والدولي.

- أن الدراسات الإعلامية والاجتماعية لا ترقى إلى مستوى التأثير الملموس عند المؤسسات الرسمية لعدم وجود علاقة بين مؤسسات البحث العلمي وباقي المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية وتبقى على المستوى الأكاديمي فقط، كما أنها لا تتناول إلا إشكالية بسيطة تعالج زاوية من الموضوع الواحد، ناهيك عن الصعوبات الإجرائية والمادية، ولهذا قد تكون الدراسات عن طريق فريق بحث حول موضوع واحد من الأساليب الأنجح لتحقيق نتائج أهم وأكثر فائدة من الناحية العلمية بالدرجة الأولى، ثم من إمكانية الاستفادة منه اجتماعيا، يخرج البحث من الدوائر الأكاديمية إلى المجتمع الأرحب.

- **المراجع:**

- إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة لأنجلو، 1969

- أحمد بن مرسلي، منهجية البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2005 ، ص166.

- إسماعيل شعباني، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية ط. 1 ،المعهد الوطني للتجارة، الجزائر، 2005 .

- إسماعيل علي سعد، الاتصال والرأي العام، مبحث في القوة والإيديولوجية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعة، 1973.

- بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في العالم والتكنولوجيا والرأي العام، عالم الكتب، ط 1 ،مصر، 2008 .

- جابر عبد الحميد، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، القاهرة، دار النهضة العربية، 1983

- جان جاك شوفالييه، تاريخ الفكر السياسي من المدينة الدولة إلى الدولة العمومية قوة، محمد حرب صاصيال، المؤسسة الجامعية للدراسة والنشر..

- جمال مجتهد، الرأي العام وطرق قياسه، دار المعرفة، الجامعة، ط1 ،القاهرة، 2007 .

- خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس ، ط1 ،عمان الأردن، 2013

- دكتور هشام فريد رستم، قانون العقوبات ومخاطر تقنية المعلومات، مكتبة الآلات الحديثة، 1332 .

- رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي ط. 1 ،دار دجلة، عمان، 2008

- رشاد عبد الغفار، الرأي العام، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1984

- زهير الخويلدي : الثورة العربية و إدارة الحياة ,مقاربة فلسفة ,ط1 الدار التونسية للكتاب,2011.
- صالح كبد الحمد محمد و منى ، صناعات السياسية 14 العام ، مصر دار الأحكام ،2015
- صالح مدكور، الرأي العام، المداخلات المؤثرات المحصلات، ب. ط، دار النهضة، القاهرة، 2006 .
- عباس مصطفى صادق، مرجع سبق ذكره.
- عبد الكريم علي الدبيسي، الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه، ط1 ، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان، 2011.
- عبد الله محمد إبراهيم، الداعية السياسية وأثرها في تشكيل الرأي العام، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بابل، العدد1 .
- عزمي بشارة : ثورة مصر من جمهورية بولي والى ثورة يناير , المركز العربي للأبحاث و دراسة السياسات ,لبنان 2016 .
- غرابيبة فوزي وآخرون، أساليب البحث العلمي في لعلوم الاجتماعية والإنسانية، ألاردن، 2002
- لشبكة العربية للدراسة الديمقراطية : الربيع العربي ثورات الخلاص من الاستبداد , دراسة حالات، شرق الكتاب,لبنان2013 .
- محمد صالح البشيري ، دار هدهد للنشر والتوزيع ، مصر ، 2013.
- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000،
- محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام في العالقات العامة والاتصال بالجماهير، مكتبة عين الشمس القاهرة، 1988.
- محمد لعقاب المواطن الرقمي, كيف ساعدت التكنولوجيا المعلومات في الثورات العربية, دارهومة, الجزائر,2011 .

- مختار التهامي، عاطف عدلي: الرأي العام، كلية العالم، جامعة القاهرة، مصر 2001.

- مدثر النزر أحمد، شرح كيفية التسجيل في موقع الفيسبوك، كلية دراسات الحاسب الآلي ، ط1 جامعة جويا، السودان.

- مدثر النزر أحمد، شرح كيفية التسجيل في موقع الفيسبوك، كلية دراسات الحاسب الآلي، ط1 جامعة جويا، السودان.

- مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبويك، مناهج البحث العلمي وتطبيقاته في الإعلام والعلوم السياسية، دط، دارالوفاء، الإسكندرية، 2007 .

- مصطفى مجاهدي: الشباب الجزائري والتعبئة السياسية عبر فضاءلت الحوار الافتراضي في ظل موجة الاحتجاجات، مجلة إنسانيات، العدد55، 56 ، الجزائر 2002 .

- معن خليل العمر,معجم علم الاجتماع المعاصر ط. 1 الشروق للنشر و التوزيع,عمان,2006.

- نعمة أديب، الدولة الغنائية والربيع العربي، دار الفارابي _لبنان، 2014.

➢ رسالة ماجستير:

- الدوسري، موسى محمد، 2013 ،اثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لطالب الجامعات في السعودية، أطروحة دكتوراه، الجامعة الأردنية، عمان.

- سمر محمد الدريملي، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة، أطروحة مقدمة استكمال شهادة الماجستير في برنامج دراسات الشرق الاوسط، جامعة الازهر، غزة كلية العلوم الإنسانية قسم التاريخ، 2013.

- مروان عبد المجيدابراهيم, اسس البحث العلمي لأعداد رسالة جامعية ,مؤسسة الوراق 2000 .

➢ مجلات:

- ابراهيم بختي : الانترنت في الجزائر، مجلة الباحث، العدد..1، الجزائر، 2002.

- احمد عبد الله جبار : دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي ,مجلة العلوم السياسية ،العدد 44 ‘العراق 2012.

- صفاء زمان، الشبكات الاجتماعية تعريفها، تأثيرها وأنواعها، مجلة المنتدى 23 يوليو 2013

- ميرفي كاريل : جيل التويتر,شباب الربيع العربي بعد صياغة مستقبله ,مجلة العرب الدولية العدد 1568, لندن 2011 .

➢ مراجع بالاجنبية:

- Thomas Zeitzoff,Pablo Barbera ,**The New Public Address System**: Why Do World Leaders Adoot Social Media http://pablobarbera.com/statie/worldleaders,paper,pdf ,date of access:20/06/2021.

- Burson Marsteller : **World Leaders on Facebook Exzcutive Summary**.2016.

- Rachel K ,Gibson ,Ian McAllister :**How the internet is Driving the Political Knowledge Gap** ,paper perssed presentation at the Anuual Meeting of the A merican Political Science Association , 2011 ,P:7.8.

- Philip N. Howard and, Muzammil M. Hussain: op.cit, p: 18.19

- [1] The Economist Magazine: Arab Revolution – Economist Shoe-thrower’s Index, http://globalsherpa.org/arabcountries-revolution-index-ranking/, date of access: 12/04/2015.

البيانات الشخصية

1. الجنس:
   - ذكر ☐ انثى ☐
2. السن :
   - 20الى 25 سنة ☐
   - من26 إلى 30 سنة ☐
   - أكثر من 31 سنة ☐

3. المستوى الجامعي:
   - ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتورا ☐

المحور الثاني : دوافع و عادات استخدام الفيسبوك

1. هل تستخدم موقع الفايسبوك
   - دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐
2. ماهو معدل تصفحك لموقع فايسبوك
   - اقل من ساعة ☐
   - من ساعة إلى ساعتين ☐
   - أكثر من 3 ساعات ☐
3. هل حسابك على موقع الفايسبوك تستخدم فيه

   اسم حقيقي ☐ اسم مستعار ☐

4. إن كنت تستخدم اسم مستعار لماذا

- لتبدي رأي بحرية ☐
- لتجنب معرفة الآخرين بك ☐

أخرى اذكرها .....

المحور الثالث : مدى تأثير الفايسبوك على تكوين الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة يحيى فارس

هل تستخدم موقع فايسبوك كمصدر لمعلومات السياسية

- دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

1. لماذا تستخدم الفايسبوك كمصدر للمعلومات السياسة

- الصدق ☐ السرعة و الآنية ☐ سهولة استخدام ☐ حرية إبداء الرأي و المشاركة ☐

2. هل تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي أن توصيل لك المعلومات الكافية لتشكيل الرأي السياسي لديك

نعم ☐ لا ☐

لماذا .....

3. هل كان للفايسبوك دور هام في زيادة رأيك السياسي

نعم ☐ لا ☐

4. كيف اثر الفايسبوك على رأيك السياسي

تغيير رأيك اتجاه القضايا السياسية ايجابيا ☐

تغيير رأيك اتجاه القضايا السياسية سلبيا ☐

تثبيت رأيك اتجاه القضايا السياسية ☐

5. هل تشكك في مصداقية الفايسبوك حول المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية

نعم ☐ لا ☐

لماذا .....

6. هل يمكن لموقع الفايسبوك أن يغنيك عن اللجوء إلى وسائل الإعلام التقليدية للحصول على الأخبار المتعلقة بتكوين رأيك السياسي

نعم ☐ لا ☐

7. هل سبق لك أن قمت بمشاركة معلومات حول قضايا سياسية حصلت عليها من موقع الفايسبوك؟

نعم ☐ لا ☐

- **فهرس الموضوعات:**

العنوان	الصفحة
الشكر	
الاهداء	
الملخص	
المقدمة	
الإطـــــار الـــــمنهجـــي	
الإشكالية	1
التساؤلات	2
أهداف الدراسة	2
أسباب اختيار الموضوع	3
أهمية الدراسة	3
نوع الدراسة و منهجها	4
أداة البحث	5
مجتمع البحث وعينته	6
الدراسات السابقة	7
تحديد مصطلحات البحث	13

الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي	
تمهيد	16
لمحة تاريخية عن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي	17
عوامل ظهور وسائط الاتصال الجديدة	18
نماذج مواقع التواصل الاجتماعي	21
مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي	23
الفصل الثاني: ماهية الرأي العام	
تمهيد	26
نشأة وتعريف الرأي العام	27
مفهوم الرأي العام	30
مكونات الرأي العام	32
خصائص الرأي العام	33
الفصل الثالث: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية العامة	
أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية العامة	37
أثر مميزات مواقع التواصل الاجتماعي الداعمة للنشاط السياسي	38
دور وسائط الاتصال الجديدة في تكوين الرأي السياسي في العالم العربي	42
نماذج عن استخدام وسائط الاتصال الجديدة في تكوين الرأي العام السياسي في العالم العربي	44

دور وسائط الاتصال الجديدة في التغير السياسي في الجزائر سنة 2011	49
الإطـــــــــــار التطبيـقـــي	
التحليل الكمي والكيفي للنتائج	51
المحور الأول: البيانات الشخصية	51
المحور الثاني: دوافع وعادات استخدام الفيسبوك	54
المحور الثالث: مدى تأثير الفايسبوك على تكوين رأي العام السياسي لدى طلبة جامعة يحي فارس	61
الخاتمة	66
المصادر والمراجع	67
الملحق	/
فهرس المحتويات	**I**
فهرس الجداول	**I**
فهرس الأشكال	**I**

قائمة الجداول:

الـــــــــجـــــــــداول	الصفحة
الجدول رقم 01: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.	51
الجدول رقم(02):يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن.	52
الجدول رقم (03): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الجامعي	53
الجدول رقم (04):مدة استخدام موقع فيسبوك	54
الجدول رقم (05):معدل التصفح لموقع الفايسبوك	55
الجدول رقم(06): يبين استخدام الاسم الحقيقي أم المستعار	56
الجدول رقم(07): يبين سبب استخدام الأسماء المستعارة على الفايسبوك	57
الجدول رقم(08): استخدام موقع فايسبوك كمصدر للمعلومات السياسية	58
الجدول رقم(09): سبب استخدام موقع فايسبوك كمصدر للمعلومات السياسية	59
الجدول رقم(10): توصيل مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات السياسية الكافية لتشكيل الرأي السياسي لدى الأفراد.	60
الجدول رقم(11): دور الفايسبوك في زيادة الرأي السياسي	60
الجدول رقم(12):كيفية تأثير الفايسبوك على الرأي السياسي	61
الجدول رقم(13):التشكيك في مصداقية الفايسبوك حول المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية	62
الجدول رقم(14):إمكانية الفايسبوك من عدمها في إغنائك عن اللجوء إلى وسائل الإعلام التقليدية للحصول على الأخبار المتعلقة بتكوين رأيك السياسي	62
الجدول رقم(15):مشاركة معلومات حول قضايا سياسية متحصل عنها من الفايسبوك	63

قائمة الأشكال:

الـــشكـــــل	رقم الصفحة
الشكل رقم (01): دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	**52**
الشكل رقم (02): دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.	**53**
الشكل رقم (03): دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي	**54**
الشكل رقم(04): دائرة نسبية توضح مدة استخدام أفراد العينة لموقع الفايسبوك	**55**
الشكل رقم(05): دائرة نسبية توضح ساعات تصفح أفراد العينة لموقع الفايسبوك يوميا	**56**
الشكل رقم(06): دائرة نسبية توضح نسبة استخدام الأسماء الحقيقية أو الأسماء المستعارة	**57**